



Research and Development Journal Loei Rajabhat University (Online)

วารสารวิจัยและพัฒนา
มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย (Online)



VOL 18, NO 63, January - March 2023

ปีที่ 18 ฉบับที่ 63 มกราคม - มีนาคม 2566





วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

Research and Development Journal, Loei Rajabhat University

ปีที่ 18 ฉบับที่ 63 เดือนมกราคม – มีนาคม พุทธศักราช 2566

วัตถุประสงค์

วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย เป็นวารสารระดับชาติที่ส่งเสริมและเผยแพร่ผลงานทางวิชาการที่มีคุณภาพในลักษณะของบทความวิชาการ (Academic article) บทความวิทยานิพนธ์ (Thesis article) และบทความวิจัย (Research article) ของนักวิชาการ คณาจารย์ นิสิต นักศึกษา ในด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และสาขาอื่นๆ ในด้านสหวิทยาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ โดยครอบคลุมสาขามานุษยวิทยา นิเทศศาสตร์ วารสารศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ บริหารธุรกิจและการจัดการ ประวัติศาสตร์ นิติศาสตร์ รัฐศาสตร์ สังคมวิทยา ภาษาศาสตร์ พัฒนาสังคม พัฒนาชุมชน เป็นต้น ทั้งนี้บทความที่ลงตีพิมพ์และเผยแพร่จะต้องผ่านการกลั่นกรองจากคณะกรรมการ (Peer review) ซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิภายในและภายนอก มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย อย่างน้อยบทความละ 3 ท่าน โดยผู้พิจารณาไม่ทราบชื่อผู้แต่ง และผู้แต่งไม่ทราบชื่อผู้พิจารณา (Double-blind peer review)

ที่ปรึกษา

รศ.สมเจตน์ ดวงพิทักษ์

อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

ผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความ (Peer Reviews)

ผศ.ดร.พิมพ์ลิขิต แก้วหานาม	มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์
ดร.กุลนันท์ ศรีพงษ์พันธุ์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร
ผศ.ดร.เปรมฤดี จิตรเกื้อกุล	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร
ผศ.ดร.ดลฤทัย ไกวรรณะกุล	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
รศ.ดร.นพมาศ สุวชาติ	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ผศ.ดร.เมษธาวิณ พลโยธี	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ผศ.ดร.ภาคภูมิ สุขเจริญ	มหาวิทยาลัยนเรศวร
ผศ.ดร.พรพรรณ จันทร์แดง	มหาวิทยาลัยพะเยา
ผศ.ดร.แกมกาญจน์ สมประเสริฐศรี	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ผศ.ดร.อรพรรณ บุญพัฒน์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
ดร.ประวาลี อเนก	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
รศ.ดร.กิ่งแก้ว ปะติตังโข	มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ผศ.ดร.อภิชาติ พานสุวรรณ	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
รศ.ดร.พิมพ์ระวี โรจน์รุ่งสัจย์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
ผศ.ดร.ปิยะจันต์ ปัทมดิลก	มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

ผศ.ดร.ศศิพงษ์ ศรีสวัสดิ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
ผศ.ดร.อโณทัย หาระสาร	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
ดร.หะหมุด หะยีมัด	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี
ผศ.ดร.พิมพ์มาดา วิชาศิลป์	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
รศ.ชนิษฐา จิตชินะกุล	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ผศ.ดร.วรางคณา กัมปาน	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าคุณทหารลาดกระบัง
ดร.ภูมิ เพชรกาญจนางษ์	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
ผศ.ดร.จารุพร มีทรัพย์ทอง	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
ดร.สุไพลิน พิชัย	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
ผศ.อนุชา วิลัยแก้ว	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

กองบรรณาธิการ

ศ.ดร.เทิดชาย ช้วยบำรุง	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
ผศ.ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
ผศ.ดร.พิมพ์มาดา วิชาศิลป์	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
รศ.ดร.รุ่งระวี วีระเวสส์	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ผศ.ดร.ไพโรจน์ นวลนุ่ม	มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
ผศ.ดร.อรทัย เลียงจินดาถาวร	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
รศ.ดร.เอมอร แสนภูวา	มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ
ผศ.จักรกฤษ สถาปนศิริ	มหาวิทยาลัยนเรศวร
รศ.ดร.วีระกิตติ์ เสาร่ม	มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
รศ.ดร.รักษนก แสงภักดีจิต	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
รศ.ดร.ขวัญฤดี พรชัยทวีรัตน์	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ผศ.ดร.วิภาวี กฤษณะภูติ	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
รศ.ดร.โสวิทย์ บำรุงภักดิ์	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
รศ.ดร.สุทธิชัย หล่อตระกูล	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
รศ.ดร.ธนวิทย์ บุตรอุดม	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
รศ.ดร.นัยนา อรรจนาท	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
รศ.ดร.พรสวรรค์ ศิริกาญจนามรณ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
ผศ.ดร.ยิ่งศักดิ์ คชโคตร	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

บรรณาธิการอำนวยการ

ผศ.ดร.สุพรรณิ พุกษา	รองอธิการบดีฝ่ายวิจัยและประกันคุณภาพ
---------------------	--------------------------------------

บรรณาธิการ

ดร.สัณชัย เกียรติทรงชัย	ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
-------------------------	---

ผู้ช่วยบรรณาธิการ

ดร.รุ่งกานต์ อินทวงศ์	รองผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา ฝ่ายวิจัยและพัฒนา
ดร.วิศิษฐ์ศิริ ชูสกุล	รองผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา ฝ่ายบริการวิชาการ
ผศ.ดร.เนตรนภา พงเพ็ชร	รองผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา ฝ่ายโครงการพระราชดำริ
ดร.ขวัญคุณศรี อินทรตระกูล	รักษาการหัวหน้างานวิจัยและพัฒนา
ผศ.ดร.ธัญชัย บุญหนัก	รักษาการหัวหน้างานสารสนเทศการวิจัย
นายธีรภัทร์ อนุชาติ	หัวหน้างานบริการวิชาการและทรัพยากรมนุษย์

เจ้าหน้าที่ประจำกองบรรณาธิการ

นางสุพัตรา จันทร์รอด	นักวิจัยสถาบันวิจัยและพัฒนา
นางสาวปรัตถกร พลดาหาญ	เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป
นายปริญญา จิตรโคตร	เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป
นางสาวกมลศรี ราชวงษา	พนักงานสถาบันวิจัยและพัฒนา
นางสาวจิตรานนท์ วรรณพงศ์	นักวิจัยสถาบันวิจัยและพัฒนา
นายธนพงษ์ สุนทรวีรัตน์	นักวิชาการคอมพิวเตอร์

เจ้าของ

สถาบันวิจัยและพัฒนา ชั้น 4 อาคารที่ 20 มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
ถนนเลย-เชียงคาน ตำบลเมือง อำเภอเมือง จังหวัดเลย 42000
โทร. 042-835223-8 ต่อ 41141-2, 042-808000 ต่อ 51143, 086-643-7010 โทรสาร 042-813061
E-mail: research_lru@hotmail.com
เว็บไซต์สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย: <http://www.research.lru.ac.th/>

กำหนดออก ปีละ 4 ฉบับ ฉบับที่ 1 มกราคม-มีนาคม, ฉบับที่ 2 เมษายน-มิถุนายน,
ฉบับที่ 3 กรกฎาคม-กันยายน, และ ฉบับที่ 4 ตุลาคม-ธันวาคม

ปีที่เผยแพร่ พ.ศ. 2566

ISSN 2774-1109 (Online)

การเผยแพร่ เผยแพร่เป็นวารสารอิเล็กทรอนิกส์ ผ่านเว็บไซต์วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
<https://so05.tci-thaijo.org/index.php/researchjournal-lru>

- ข้อความที่ปรากฏในวารสารฉบับนี้เป็นความคิดเห็นของผู้เขียนแต่ละท่าน สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย และกองบรรณาธิการ ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยและไม่มีส่วนรับผิดชอบใดๆ
- สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ขอให้ผู้อ่านอ้างอิงในกรณีที่ท่านคัดลอกเนื้อหาบทความในวารสารฉบับนี้

บทบรรณาธิการ

วารสารวิจัยและพัฒนา ของสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย เป็นวารสารที่นำเสนอผลงานบทความทางวิชาการ/บทความวิทยานิพนธ์/บทความวิจัย ของนักวิชาการ คณาจารย์ นิสิต นักศึกษาในด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และสาขาอื่นๆ ในด้านสหวิทยาทางด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ดังต่อไปนี้ มานุษยวิทยา นิเทศศาสตร์ วารสารศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ บริหารธุรกิจและการจัดการ ประวัติศาสตร์ นิติศาสตร์ รัฐศาสตร์ สังคมวิทยา ภาษาศาสตร์ พัฒนาสังคม พัฒนาชุมชน เพื่อการเผยแพร่ผลงานแก่ผู้สนใจต่อไป

สำหรับนักวิจัย นักวิชาการ คณาจารย์ นิสิต นักศึกษา หรือผู้สนใจที่มีผลงานและมีความประสงค์จะเผยแพร่ผลงาน สามารถส่งผลงานของท่านตามหัวข้อและแบบฟอร์มของสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย โดยสถาบันวิจัยและพัฒนา จะส่งผลงานของท่านให้ผู้ทรงคุณวุฒิอ่านและประเมินผลงานของท่าน เพื่อให้ผลงานของท่านเป็นที่ยอมรับและได้รับการเผยแพร่ต่อไป

ขอขอบคุณผู้เขียน ผู้ทรงคุณวุฒิ คณะที่ปรึกษา และผู้ที่เกี่ยวข้องตลอดจนผู้อ่านที่ให้ความสนใจจนทำให้วารสารฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี หวังเป็นอย่างยิ่งว่าวารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ปีที่ 18 ฉบับที่ 63 จะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาค้นคว้าและนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในทางวิชาการ หากมีข้อบกพร่องประการใด สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ยินดีน้อมรับคำแนะนำเพื่อปรับปรุงแก้ไขต่อไป

กองบรรณาธิการ

สารบัญ

หน้า

การพัฒนารูปแบบการจัดการชุมชนเพื่อแก้ปัญหาความยากจนของมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย โดย พรสวรรค์ ศิริกัญจนภรณ์, พงษ์เทพ บุญเรือง และ พรกมล ระหาญนอก	1
แนวทางการเพิ่มรายได้ และสร้างรูปแบบการออมแก่กลุ่มสตรีบ้านนุ่งยาง ด้วยศาสตร์พระราชา โดย จตุพร จันทร์เพชร	11
แนวทางการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านท่าดีหมี อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย โดย ไทยโรจน์ พวงมณี, อสิริยาภรณ์ ชัยกุลลาบ และ ศาสสิทธิ์ เจริญสุข	19
ส่วนประสมทางการตลาดในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนของกรุงเทพมหานคร โดย พิศมัย จัตุรัตน์ และ ขวลิย์ ณ ถลาง	29
แนวทางการพัฒนาทุนมนุษย์ในธุรกิจโรงแรมเครือข่ายนานาชาติหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 โดย ภิญญดา ปิติวรรณ และ ระชานนท์ ทวีผล	38
แนวทางพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสร้างความจงรักภักดีสำหรับนักท่องเที่ยวกีฬาในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพ สโมสรบุรีรัมย์ยูไนเต็ด จังหวัดบุรีรัมย์ โดย วรงค์ ทิวทัศน์ และ ไพฑูรย์ มนต์พานทอง	48
ผลิตภัณฑ์และการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ โดย วีรยุทธ ชูติมารังสรรค์ และ ณัฐกานต์ ชูติมารังสรรค์	60
การศึกษากาใช้ฐานข้อมูลวารสารอิเล็กทรอนิกส์ของอาจารย์และนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย โดย ปาริชาติ แสงระงู, กนกพร นาสมตริก ชิมิโอนิกะ และ กรรณศาสตร์ แก้วแสนทิพย์	68
ทัศนคติของนิสิตพยาบาล คณะพยาบาลศาสตร์ บุรีรัมย์ มหาวิทยาลัยเวสเทิร์นต่อการใช้อีเมลส่งคอมมอนไลน์ผ่านสมาร์ทโฟน โดย รณชัย คนบุญ, สุวนิดา สมขันตี, กิตติพงษ์ เรือนเพ็ชร, พันธิพา จารนัย และ นภาพร เหลืองมงคลชัย	79
การศึกษาเรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์ในพื้นที่จังหวัดเลยกับบทบาทการสื่อความหมายทางวัฒนธรรมและการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ โดย พยุพพร ศรีจันทวงศ์	89

การพัฒนารูปแบบการจัดการชุมชนเพื่อแก้ปัญหาความยากจนของมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

Development of a Community Management Model to Solve Poverty Problems of Loei Rajabhat University

พรสวรรค์ ศิริกันจนารณ¹ พงษ์เทพ บุญเรือง² พรกมล ระหาญนอก³

Pornsavarn Sirikanjanaporn¹ Pongthep Bunrueng² Pornkamon Rahannok³

Corresponding Author's Email: pornsavarn.sir@ru.ac.th¹, manpongthep@gmail.com², pornkamon6556@hotmail.com³

(Received: September 5, 2022; Revised: October 11, 2022; Accepted: November, 2022)

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาแบบการจัดการชุมชนเพื่อแก้ปัญหาความยากจนของมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย จากการดำเนินงานโครงการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเพื่อยกระดับรายได้ครัวเรือนบ้านบุสม อำเภอยางตลาด จังหวัดเลย และบ้านดอนหญ้านาง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ซึ่งผลจากการสังเคราะห์ข้อมูลได้รูปแบบการจัดการชุมชนเพื่อแก้ปัญหาความยากจน โดยเริ่มจากการดำเนินงานโครงการตามกรอบยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเลยเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น บนพื้นฐานปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และการบูรณาการพันธกิจสัมพันธ์ ก่อให้เกิดการพัฒนาอาชีพเพื่อยกระดับรายได้ลดรายจ่ายในครัวเรือน ความรักความสามัคคีในชุมชน การมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่เป้าหมาย และส่งผลต่อคุณภาพชีวิตที่ดี

คำสำคัญ: การพัฒนาแบบ การจัดการชุมชน ความยากจน

Abstract

This article aims to develop of the a community management model to solve the poverty problem by Loei Rajabhat University from the implementation of the Foundation Economic Development Project to raise household incomes in Ban Bu Hom, Chiang Khan district, Ban Hat Bia, Pak Chom district, Loei province, and Ban Don Ya Nang, Mueang district, Khon Kaen province. As a result of data synthesis, a model of community management to solve poverty problems started from the implementation of the project according to the strategic framework of Rajabhat University for local development based on the sufficiency economy philosophy and integration mission relationship, causing career development to raise income and reduce household expenses, and affability with unity in the community participation in the target area will affect the quality of life.

Keywords: development model, community management, poverty

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

² อาจารย์ประจำสาขาวิชาภาษาอังกฤษ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

³ อาจารย์ประจำสาขาวิชายุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาภูมิภาค คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

¹ Lecturer, Thai, Humanities and social Sciences Faculty, Loei Rajabhat University

² Lecturer, English, Humanities and social Sciences Faculty, Loei Rajabhat University

³ Lecturer, Regional Development Strategies, Humanities and social Sciences Faculty, Loei Rajabhat University

ความนำ

ปัญหาความยากจนเป็นปัญหาเชิงโครงสร้างของสังคมไทยที่สั่งสมมานานจนเป็นปัญหาที่สลับซับซ้อนเชื่อมโยงกับปัญหาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืนของการพัฒนาประเทศ รัฐบาลทุกยุคทุกสมัยพยายามแก้ปัญหาความยากจนอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเกือบ 3 ทศวรรษที่ผ่านมาสถานการณ์ความยากจนของไทยดีขึ้นมาก คนยากจนทุกกลุ่มมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยคนยากจนมากลดลงจาก 26.69 ล้านคนในปี 2531 เหลือ 1.82 ล้านคนในปี 2560 ขณะที่คนยากจนน้อยลดลงจาก 7.5 ล้านคนในปี 2531 เหลือ 3.5 ล้านคนในปี 2531 เหลือ 3.5 ล้านคนในปี 2560 แต่กลุ่มคนเกือบจนยังมีแนวโน้มที่ไม่ลดลงมากนัก โดยมีจำนวนสูงถึง 5.4 ล้านคนในปี 2560 ซึ่งความยากจนยังคงกระจุกตัวหนาแน่นอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคเหนือ และเขตชนบทมีปัญหความยากจนสูงกว่าเขตเมือง (วันฉัตร สุวรรณกิตติ, 2562)

รัฐบาลปัจจุบันมีนโยบายเร่งด่วนในการแก้ไขปัญหาความยากจน โดยเฉพาะพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากในชุมชนและยกระดับรายได้และคุณภาพชีวิตของประชาชนให้อยู่ดีมีสุข มีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืนอยู่บนพื้นฐานความสมดุลดำเนินชีวิตในทางสายกลางมีความพอประมาณอย่างมีเหตุมีผลตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อลดความเหลื่อมล้ำ ในการพัฒนา สร้างโอกาสในการพัฒนาในชุมชนหมู่บ้านอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม และให้สนับสนุนแผนงานการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและชุมชนเข้มแข็งอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมหาวชิราลงกรณบดินทรเทพยวรางกูร รัชกาลที่ 10 ทรงมีพระปณิธานแน่วแน่ที่จะทรงสานต่อโครงการพระราชดำริและพระราชกรณียกิจในการช่วยเหลือประชาชนและเกษตรกร เพื่อการแก้ปัญหาความยากจน

มหาวิทยาลัยราชภัฏเลยได้น้อมนำพระบรมราชโองการดังกล่าว โดยดำเนินโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น จำนวน 4 ยุทธศาสตร์ คือ ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาท้องถิ่น ยุทธศาสตร์ที่ 2 การผลิตและพัฒนาครู ยุทธศาสตร์ที่ 3 การยกระดับคุณภาพการศึกษา และ ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาระบบบริหารจัดการ โดยบูรณาการความร่วมมือภายใน

มหาวิทยาลัยและภายนอกมหาวิทยาลัย ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม มหาวิทยาลัยราชภัฏเป็นคู่ความร่วมมือและเป็นแหล่งให้ความรู้ เป็นที่พึ่งพิงทางวิชาการ โดยมีอาจารย์ บุคลากร นักศึกษาที่มีศักยภาพในการให้บริการวิชาการแก่ชุมชนที่พร้อมขับเคลื่อนพัฒนาและยกระดับเศรษฐกิจฐานราก ตามสภาพปัญหาและความต้องการที่แท้จริงของชุมชน เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในท้องถิ่น เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน สำหรับการดำเนินงานโครงการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเพื่อยกระดับรายได้ครัวเรือนในพื้นที่เป้าหมายของมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ได้แก่ บ้านหาดเปี้ย ตำบลปากชม อำเภอปากชม บ้านนุสม ตำบลนุสม จังหวัดเลย และบ้านดอนหญ้านาง ตำบลดอนช้าง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เป็นโครงการที่บูรณาการพันธกิจสัมพันธ์ตามแนวทางที่กล่าวข้างต้น เพื่อแก้ปัญหาความยากจนของประชาชนในพื้นที่เป้าหมาย ให้สามารถพัฒนาคุณภาพชีวิตตนเองและครอบครัว รวมถึงการได้รับการส่งเสริมหรือดูแลชีวิตได้อย่างเหมาะสม เพื่อให้ครัวเรือนยากจนดังกล่าวสามารถพึ่งตนเองและชุมชนได้อย่างยั่งยืนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ให้รายได้ครัวเรือนที่เข้าร่วมโครงการพ้นเกณฑ์ความยากจนและให้ประชาชนที่เข้าร่วมโครงการมีรายได้เพิ่มขึ้น

1. วัตถุประสงค์

เพื่อพัฒนารูปแบบการจัดการชุมชนเพื่อแก้ปัญหาความยากจนของมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

2. ขอบเขตในการศึกษา

การศึกษาคครั้งนี้ ผู้ศึกษากำหนดพื้นที่ในการดำเนินงานโครงการ ได้แก่ บ้านนุสม อำเภอเชียงคาน บ้านหาดเปี้ย อำเภอปากชม จังหวัดเลย และ บ้านดอนหญ้านาง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ช่วงเวลาระหว่าง ตุลาคม 2561 ถึง มีนาคม 2562

3. คำจำกัดความ

3.1 ความยากจน หมายถึง ภาวะที่ประชาชนมีรายได้ไม่เพียงพอต่อค่าใช้จ่าย รวมทั้งการขาดโอกาสเข้าถึงความอยู่ดีมีสุข

3.2 การแก้ปัญหาความยากจน หมายถึง ขั้นตอนหรือวิธีการที่มหาวิทยาลัยราชภัฏเลยทำให้ประชาชนมีรายได้เพิ่มขึ้น ลดรายจ่าย รวมทั้งการเข้าถึงความอยู่ดีมีสุข

3.3 รูปแบบการจัดการชุมชน หมายถึง การดำเนินงานร่วมกับชุมชนอย่างมีระบบและมีประสิทธิภาพ ตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ประกอบด้วย ความพอประมาณ ความมีเหตุผล การมีภูมิคุ้มกัน การพึ่งตนเอง การเสริมสร้างคุณภาพคนให้มีทั้งความรู้และคุณธรรมควบคู่กัน การรวมกลุ่มการสร้างเครือข่าย ความสมดุลและการพัฒนาที่ยั่งยืน

3.4 การพัฒนารูปแบบ หมายถึง กระบวนการดำเนินงานร่วมกับชุมชนเพื่อแก้ปัญหาความยากจน ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงอย่างมีระบบให้เกิดประสิทธิผลและประสิทธิภาพอย่างยั่งยืน

การแก้ปัญหาความยากจนของมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

มหาวิทยาลัยราชภัฏเลยเป็นสถาบันอุดมศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ได้ดำเนินงานแผนยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัย จำนวน 5 ยุทธศาสตร์ คือ ยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่นที่เห็นความสำคัญของท้องถิ่นที่เป็นแหล่งเรียนรู้ที่มีคุณค่า มีชีวิตชีวา และมีศักยภาพตลอดจนมีทุนชุมชน เช่น ทุนทรัพยากรธรรมชาติ ทุนทางสังคม ทุนทางปัญญา ทุนทางวัฒนธรรมและทุนภูมิปัญญาร่วมกับพลังร่วมในชุมชน เช่น ระบบความรู้และเครือข่ายทั้งในและนอกชุมชนที่หากได้รับโอกาสและการสนับสนุนส่งเสริมสร้างสัมมาชีพโดยยึดหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงสู่การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากทำให้ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นและมีความสุขเพิ่มขึ้น มีการอยู่ดีกินดีเพิ่มขึ้นและนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยได้น้อมนำการพัฒนาตามแนวพระราชดำริและหลักการทรงงานในพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดชที่พระราชทานศาสตร์พระราชา หลักการทรงงานที่เข้าใจ เข้าถึง และพัฒนา และพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมหาวชิราลงกรณบดินทรเทพยวรางกูร ได้ทรงสืบสาน รักษา และต่อยอดงานพัฒนาตามแนวพระราชดำริ เป็นแนวทางในการพัฒนาที่คำนึงถึงภูมิสังคม การศึกษาข้อมูลอย่างเป็นระบบ การวิเคราะห์ศักยภาพชุมชน การวิเคราะห์ทุนชุมชน การวางแผน การดำเนินการโครงการและการประเมินผลที่เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชน และมุ่งเน้นพัฒนาบัณฑิต เป็นผู้มีความรู้ความเข้าใจลุ่มลึกในศาสตร์ของการพัฒนาตามศาสตร์พระราชาสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน มีคุณลักษณะการเป็นผู้นำและผู้ตามที่ดี เป็นผู้มีความรู้ในการพัฒนาร่วมกับชุมชนและมีโอกาสทำงานในพื้นที่เป้าหมายการสร้างเสริมประสิทธิภาพตรงจากชุมชนที่เป็นห้องเรียนที่มีชีวิตจริงในชุมชนตามคุณลักษณะการเป็นนักพัฒนาและพัฒนาชุมชนในยุคไทยแลนด์ 4.0 และส่งเสริมการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ที่เรียนรู้จากสถานการณ์จริง เรียนโดยการปฏิบัติจริง (Active Learning and Learning by doing) ในชุมชนเป้าหมายที่มุ่งเน้นการแก้ไขปัญหาความยากจน เสริมสร้างเศรษฐกิจฐานราก มีความสามารถในการจัดการปัญหาชุมชน โดยใช้ทุนชุมชนและศักยภาพชุมชน สร้างกระบวนการพัฒนา การเรียนรู้ร่วมกันที่นำไปสู่การแก้ปัญหาความยากจน สร้างเศรษฐกิจฐานรากเพื่อยกระดับรายได้เพิ่มขึ้น มีเศรษฐกิจที่แข็งแกร่งและสร้างชุมชนเข้มแข็งได้ ตอบสนองปรัชญาของมหาวิทยาลัย “อุดมศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น” ที่นำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเพื่อยกระดับรายได้ครอบคลุมในพื้นที่เป้าหมายให้การอยู่ดีมีสุขสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนบนพื้นฐานแนวคิดเกี่ยวกับความยากจน ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และการจัดการชุมชน ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับความยากจน

แนวคิดเกี่ยวกับความยากจนหรือความขาดแคลน มีมาตั้งแต่สมัยอริสโตเติล (284-322 ก่อน ค.ศ.) และสมัยต่อมา Rousseau (1712-1778) และ Karl Marx (1818-1883) ซึ่งมีแนวคิดเห็นต่อความยากจนและความไม่เท่าเทียมกันของฐานะ เนื่องจากมนุษย์ต้องถูกขูดรีดเอารัดเอาเปรียบจากมนุษย์ที่เป็นเจ้าของปัจจัยการผลิต ค่านิยมของคนอังกฤษสมัย ค.ศ. 1887 เห็นว่าครอบครัวกรรมกร ดำรงชีวิตกันอย่างยากลำบากเพราะความยากจน และเป็นคนเกียจคร้านโง่ และขี้ต่ำ และชี้ให้เห็นว่าปัญหาความยากจนเป็นปัญหาทางสังคม ไม่ใช่เกิดจากลักษณะของบุคคลเพียงอย่างเดียว Both (อ้างถึงใน อุดม ทุมโฆสิต, 2536) ดังนั้น ความหมายของความยากจนนั้นมีหลายนัย ไม่สามารถกำหนดได้อย่างชัดเจน ในการนิยามความยากจนจึงต้องอาศัยสถานการณ์ของแต่ละสังคมเข้ามาเป็นเกณฑ์การพิจารณาด้วย เช่น ธนาคารโลก (World Bank, 2001) ได้นิยามความยากจนว่า “การที่ไม่สามารถจะบรรลุถึงมาตรฐานการดำรงชีพขั้นพื้นฐาน

ได้” ซึ่งเป็นการมองในด้านความต้องการอาหารขั้นต่ำของแต่ละบุคคล รวมทั้งเสื้อผ้าที่อยู่อาศัย เป็นต้น สำหรับ World Development Report 2000-2001 Attacking Poverty (วันฉัตร สุวรรณกิตติ, 2562) ได้นิยามความยากจนว่า “ความยากจนมิได้จำกัดแต่เพียงการมีรายได้น้อยและการบริโภคน้อยเท่านั้น หากยังครอบคลุมถึงการขาดโอกาสทางการศึกษา การรักษาพยาบาล และโอกาสอื่นในการพัฒนาคน การไร้ซึ่งอำนาจ การขาดสิทธิขาดเสียง ตลอดจนการตกอยู่ในความเสี่ยง และความหวาดกลัว”

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (อ้างถึงใน วันฉัตร สุวรรณกิตติ, 2562) ได้ให้นิยามความหมายความยากจนในมิติต่างๆ คือ “จนงาน การศึกษา จนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม จนทางวัฒนธรรมและสังคม จนทางจิตวิญญาณและจรรยาบรรณ” ดังนั้น คนจนไม่ได้จำกัดเฉพาะคนที่ขัดสนทางด้านเศรษฐกิจหรือรายได้เท่านั้น แต่ครอบคลุมถึงความยากจนเชิงโครงสร้างที่เกิดจากความขัดสนในหลายๆ ด้านที่มีผลทำให้ขาดศักยภาพในการดำรงชีวิต ทั้งขาดการศึกษาหรือได้รับการศึกษาน้อย การขาดทรัพยากร ขาดที่ดินทำกินหรือมีที่ดินทำกินขนาดเล็ก การขาดการรวมกลุ่มและการมีส่วนร่วม การขาดข้อมูลข่าวสารหรือความรู้ในการประกอบอาชีพ การมีภาระพึ่งพาสูง การที่ไม่สามารถเข้าถึงบริการของภาครัฐ

Shipman (อ้างถึงใน ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ และพิทยา ว่องกุล, 2545) อธิบายว่า การมองความยากจนสามารถพิจารณาจากปัจจัยหลัก 6 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านที่หนึ่งบุคคลที่จะเป็นที่ยากจน เมื่อเขาไม่สามารถเข้าถึงซึ่งสิ่งอำนวยความสะดวกทางสังคม (Social utilities) ซึ่งจำเป็นต่อคุณภาพชีวิต เช่น ไม่มีสถานภาพทางการศึกษาที่ดีพอ ไม่มีสถานบริการด้านสุขภาพอนามัยที่เหมาะสม 2) ด้านที่สอง ผู้ที่ยากจนส่วนมากเป็นผู้ที่อยู่ในกลุ่มที่มีรายได้ต่ำสุดของสังคม ความยากจนเป็นเรื่องของการขาดความเท่าเทียมด้านรายได้เป็นเรื่องของการกระจายรายได้ที่ไม่ยุติธรรม การช่วยให้ผู้ที่ยากจนมีรายได้เพิ่มขึ้น จะช่วยลดช่องว่างระหว่างคนรวยและคนจนให้แคบลง 3) ด้านที่สาม ผู้ยากจนเป็นกลุ่มที่ขาดโอกาสในการยกระดับรายได้ของตนให้สูงขึ้น และขาดโอกาสในการที่จะเปลี่ยนอาชีพที่มีรายได้สูงขึ้น ตลอดจนขาดโอกาสในการเปลี่ยนแปลงสถานภาพทางสังคม

ความแตกต่างระหว่างชนชั้นทางสังคมที่มากเกินไป เป็นอุปสรรคขัดขวางไม่ให้ผู้ที่ยากจนมีโอกาสหลุดพ้นจากความยากจนได้ 4) ด้านที่สี่ เป็นผู้ที่ยากจนเพราะตกเป็นเหยื่อของความป่วยทางสังคมความพิการ (The social ills) เช่นเป็นผู้ที่ติดสุราเรื้อรัง ติดการพนัน ป่วยทางจิต เป็นผู้ไม่รู้หนังสือ เป็นต้น 5) ด้านที่ห้า สถาบันต่างๆ ในสังคมไม่เอื้ออำนวยให้ผู้ที่ยากจนมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสังคม ทำให้ผู้ยากจนกลายเป็นกลุ่มไร้พลังอำนาจเป็นผู้ไม่มีค่า ไม่มีศักดิ์ศรีในสังคม ส่วนมากจึงต้องแยกตัวออกจากสถาบันทางสังคมในที่สุด และ 6) ด้านที่หก ลักษณะทางเศรษฐกิจของประเทศ มีส่วนผลักดันให้บุคคลบางกลุ่มต้องกลายเป็นผู้ยากจนเช่น สังคมที่มีระบบเศรษฐกิจก้าวหน้ามาก ส่วนมากไม่ต้องการแรงงานที่มีทักษะต่ำหรือน้อยทำให้คนกลุ่มนี้ต้องว่างงานและกลายเป็นผู้ยากจนของสังคม

ด้วยเหตุผลของปัจจัยในทุกด้าน จึงได้นำเสนอแนวทางแก้ปัญหาความยากจนไว้เป็นแนวทางสำคัญ โดยภาครัฐควรดำเนินการ ดังต่อไปนี้ 1) ควรจัดสรรทรัพยากรที่จำเป็นให้กับผู้ยากจน เพื่อให้เพียงพอต่อการดำรงชีวิต 2) ต้องจัดให้มีการรักษาเยียวยาพยาบาลผู้ที่เจ็บไข้มีอาการป่วยและพิการทางสังคม 3) ต้องปรับปรุงสถาบันต่างๆ ของสังคมให้ทำหน้าที่ในการช่วยเหลือผู้ยากจน 4) ต้องจัดการระบบเศรษฐกิจของสังคม ให้มีความเท่าเทียมในการกระจายรายได้

จากการได้ศึกษาถึงความหมายและคำจำกัดความตามแนวคิดเกี่ยวกับความยากจน จึงทำให้ได้ข้อสรุปว่า ความยากจนไม่ว่าจะเกิดขึ้นกับมนุษย์ในด้านหนึ่งด้านใดตามที่กล่าวมาแล้ว ย่อมส่งผลกระทบต่อการดำรงอยู่ของมนุษย์ก่อให้เกิดความทุกข์ยาก ขัดสน อดอยาก แร้นแค้น มีรายได้ไม่เพียงพอต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งการขาดโอกาสเข้าถึงความอยู่ดีมีสุข ไม่มีความสุขสงบสุขในชีวิต จึงทำให้มนุษย์จำเป็นต้องดิ้นรนต่อสู้เพื่อให้พ้นจากสภาพความยากจน ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่พึงปรารถนาให้เกิดต่อชีวิต ฉะนั้นการแสวงหาหนทางจึงต้องออกไปให้พ้นจากอาณาบริเวณความยากจนที่ตนดำรงอยู่ การอพยพหลบหนีเข้าเมืองของแรงงานต่างด้าว ก็มีเหตุและปัจจัยที่เหมือนกัน คือ หนีปัญหาความยากจนในถิ่นตนเองออกไปแสวงหาท้องถิ่นอื่น ที่คาดว่าจะได้รับการตอบสนองหลุดพ้นความยากจน ถึงแม้จะยอมใช้แรงงานเข้าแลก เพื่อให้

ได้มาซึ่งรายได้เพื่อความอยู่รอดของชีวิต ปัญหาความยากจนจึงเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับเศรษฐกิจ การมีรายได้ที่เพียงพอใจ เป็นต้น

2. การวัดความยากจน

การวัดความยากจน โดยใช้แนวคิดความยากจนเชิงสัมบูรณ์ (Absolute poverty) และแนวคิดความยากจนเชิงสัมพัทธ์ (Relative poverty) ดังนี้ (วันฉัตร สุวรรณกิตติ, 2562)

ความยากจนเชิงสัมบูรณ์ (Absolute poverty) การวัดความยากจนโดยคำนวณความต้องการขั้นพื้นฐานในการดำรงชีวิตของครัวเรือนออกมาเป็นตัวเงิน เรียกว่า "เส้นความยากจน (Poverty line)" เพื่อใช้เปรียบเทียบกับรายจ่ายหรือรายได้ของครัวเรือน

ความยากจนเชิงสัมพัทธ์ (Relative poverty) เป็นการวัดความยากจนโดยใช้การเปรียบเทียบมาตรฐานการดำรงชีวิตของครัวเรือนกับมาตรฐานคุณภาพชีวิตของสังคมโดยเฉลี่ย

แนวคิดความยากจนสัมบูรณ์และแนวคิดความยากจนสัมพัทธ์ เป็นการวัดความยากจนโดยแนวคิดสัมบูรณ์นิยมจะต้องเริ่มจากค่าศูนย์ที่แท้จริง ซึ่งหมายถึงการพิจารณาความยากจนระดับความจำเป็นของร่างกายอันเป็นความจำเป็นทางด้านวัตถุที่พอเพียง ต้องการการดำรงชีวิต วิธีการระบุค่าของความยากจนในระดับเกี่ยวกับค่าครองชีพพอดีสำหรับแนวคิดความยากจนสัมพัทธ์ มีแนวคิดโต้แย้งกับแนวคิดความยากจนสัมบูรณ์ โดยยึดถือหลักการคิดความยากจนต้องเป็นการเปรียบเทียบระหว่างคนสองกลุ่มขึ้นไป โดยมีข้อโต้แย้ง คือ 1) การใช้ระดับค่าใช้จ่ายขั้นต่ำในการดำรงชีพของแต่ละคนไม่เท่ากัน จึงไม่สามารถวัดความยากจนได้เพียงลำพัง จะต้องมีการเปรียบเทียบกับคนอื่นที่อยู่ในสังคมเดียวกัน 2) ในระบบเศรษฐกิจทุนนิยมช่องว่างระหว่างคนร่ำรวยและคนยากจนมีมาก การใช้ระดับค่าครองชีพขั้นต่ำของบุคคลจึงไม่เห็นช่องว่างของรายได้การใช้กลุ่มคนเปรียบเทียบจึงเห็นได้ความชัดเจนกว่า อย่างไรก็ตามสองแนวคิดนี้ก็มีข้อดีและข้อจำกัดบ้างในเทคนิคการวัดและจำแนกคนยากจน

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับความยากจน ทำให้ทราบว่า ความยากจนมีความสัมพันธ์กับแนวทางการพัฒนาประเทศ หรืออีกนัยหนึ่งอาจกล่าวได้ว่า ปัญหาความยากจนคือ ปัญหาของการพัฒนาประเทศ นั่นเอง ความยากจนมันถูก

มองว่าเป็นความล้มเหลวของบุคคลที่เกิดจากความขาดแคลนหรือความไม่เหมาะสมของความรู้ เทคโนโลยี การจัดการเงินทุน จิตสำนึกผู้ประกอบการ รวมทั้งค่านิยมที่ขัดขวางการพัฒนา จนมองว่าเป็น "วัฒนธรรมแห่งความยากจน" และด้วยเหตุนี้ การแก้ไขความยากจนก็คือ การจัดหาจัดการเรื่องต่างๆ ดังกล่าว ตลอดจนการแก้ปัญหาในระดับโครงสร้างของสังคมที่ไม่เอื้อต่อคนจน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นการเข้าถึงทรัพยากรสำคัญที่ใช้ในการผลิต เช่น ที่ดิน ทุน (ประกาศปีนตบแต่ง, สุภา ยะเมือง และ บัญชร แก้วส่อง, 2546)

การจัดการชุมชนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

การจัดการชุมชนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง คือ การดำเนินการอย่างมีระบบเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งต้องอาศัยความรอบคอบและมีวิสัยทัศน์ตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง ประกอบด้วย หลักบริหารจัดการตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงในชุมชน 8 ประการ (วิรัช วิรัชนิการวรรณ, 2551) ประกอบด้วย ความพอประมาณ ความมีเหตุผล การมีภูมิคุ้มกัน การพึ่งตนเอง การเสริมสร้างคุณภาพคนให้มีทั้ง ความรู้และคุณธรรม ควบคู่กัน การรวมกลุ่มการสร้างเครือข่าย ความสมดุลและการพัฒนาที่ยั่งยืน ซึ่งรายละเอียดแต่ละหลักการ มีดังต่อไปนี้

1. ความพอเพียง หมายถึง การที่ประชาชนและชุมชนเน้นการผลิตและบริโภคโดยยึดถือทางสายกลาง ความพอประมาณ และความพอดีในเวลาเดียวกัน และก้าวให้ทันในยุคโลกาภิวัตน์ ซึ่งหมายความว่าความพอเพียงในด้าน 1) ด้านจิตใจ คือรู้จักพอ พอประมาณ ไม่โลภ ไม่เบียดเบียน ยึดมั่นในทาง สายกลาง 2) ด้านสังคม คือ การมุ่งให้เกิดความสงบสุข ประชาชนมีเมตตา เอื้ออาทร ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน สามัคคีร่วมมือเพื่อให้ทุกคนอยู่ร่วมกันโดยปราศจากการเบียดเบียนและเอารัดเอาเปรียบ 3) ด้านวัฒนธรรม คือ การสนับสนุนให้เกิดวัฒนธรรมหรือวิถีชีวิตที่ประหยัด อดออม มีชีวิตที่เรียบง่าย ไม่ฟุ้งเฟ้อ ไม่ตกเป็นทาสของอบายมุขและบริโภคนิยม 4) ด้านเศรษฐกิจ สนับสนุนให้ประชาชนในชุมชนมีความยั่งยืนหมั่นเพียร ใน การประกอบสัมมาอาชีพ พึ่งตนเองได้พ้นจากความยากจน มีรายได้เพิ่มสูงขึ้น และพ้นจากการเป็นหนี้สิน 5) ด้านเทคโนโลยี หมายถึง การใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับสภาพของตนเอง และชุมชน และ

6) ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม หมายถึง การไม่เบียดเบียน ธรรมชาติมากเกินไป การอยู่ร่วมกับธรรมชาติ การใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างพอดี คุ่มค่าเกิด ประโยชน์สูงสุด พร้อมกับอนุรักษ์และพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

2. ความมีเหตุผล หมายถึง การที่ประชาชนและชุมชนตัดสินใจและลงมือปฏิบัติกิจกรรมต่างๆ เกี่ยวกับระดับของความพอเพียงนั้นจะต้องเป็นไปอย่างมีเหตุผล โดยพิจารณาจากเหตุปัจจัยที่เกี่ยวข้อง และคำนึงถึงผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากการกระทำนั้นๆ อย่างรอบคอบ ตลอดจนอาศัยทั้งความรู้และคุณธรรมเป็นพื้นฐานในการตัดสินใจปฏิบัติและประเมินผล ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต อดทน ความเพียรและสติปัญญา

3. การมีภูมิคุ้มกัน หมายถึง การที่ประชาชนและชุมชนมีการเตรียมความพร้อม รู้เท่าทันต่อผลกระทบที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงต่างๆ มีความยืดหยุ่นในการปรับตัว มีความเข้มแข็ง มั่นคง และยั่งยืน

4. การพึ่งตนเอง หมายถึง ประชาชนและชุมชนสนับสนุนระบบเศรษฐกิจของชุมชนที่อยู่ได้ด้วยตนเองไม่ต้องพึ่งพาผู้อื่นหรือชุมชนอื่นจนเกินจำเป็น โดยเน้นความสามารถของประชาชนและชุมชนในการผลิตสินค้าและบริการเพื่อเลี้ยงประชาชนหรือชุมชนนั้นๆ ได้โดยไม่ต้องพึ่งพาปัจจัยต่างๆ ที่ประชาชนหรือชุมชนไม่ได้เป็นเจ้าของ ได้แก่ 1) ด้านจิตใจ คือ การทำตนให้เป็นที่พึ่งตนเอง มีจิตสำนึกที่ดีมีจิตเอื้ออาทร ประนีประนอม เห็นประโยชน์ของส่วนรวมเป็นที่ตั้ง 2) ด้านสังคม พิจารณาถึงการช่วยเหลือเกื้อกูลกันของแต่ละชุมชน เชื่อมโยงเป็นเครือข่ายชุมชนที่แข็งแรงและเป็นอิสระ 3) ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม คือ การจัดการทรัพยากรธรรมชาติ ของประชาชนในชุมชนอย่างฉลาด และหาทางเพิ่มมูลค่าโดยยึดหลักการของความยั่งยืน ด้านเทคโนโลยีจะพิจารณาถึงการเลือกใช้เทคโนโลยีที่สอดคล้องกับพื้นฐานของภูมิปัญญาชาวบ้าน 4) ด้านเศรษฐกิจ คือ การสนับสนุนระบบเศรษฐกิจของชุมชนโดยยึดถือหลักการตนเป็นที่พึ่งแห่งตน มุ่งเน้นการผลิตที่เพียงพอกับความต้องการบริโภค หากเหลือจึงจะจำหน่าย ทั้งนี้ จะต้องมีการประหยัดลดค่าใช้จ่าย ยึดหลักพออยู่ พอกิน พอใช้ และสร้างสิ่งอุปโภคบริโภคในชุมชนของตนเอง 5) การเสริมสร้างคุณภาพคน

หมายถึง การเสริมสร้างจิตใจของประชาชนและชุมชนในระดับชาติ เช่น การมีคุณธรรม การละความชั่วและทำความดี การไม่เบียดเบียน มีความรับผิดชอบ ความซื่อสัตย์สุจริต ความเพียร ความอดทน ความรอบคอบ เป็นต้น เพื่อให้บรรลุผลสำเร็จของชุมชนที่ได้กำหนดไว้ 6) การรวมกลุ่ม หมายถึง การที่ประชาชนและชุมชนให้ความสำคัญกับการรวมกลุ่มเพื่อให้มีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่มีเสถียรภาพ และนำมาซึ่งการกระจายรายได้ที่ดีขึ้น 7) การสร้างเครือข่าย หมายถึง ประชาชนและชุมชนร่วมมือกันสร้างเครือข่ายที่เชื่อมโยงกันอย่าง เป็นระบบและร่วมมือกันเพื่อประโยชน์ต่อชุมชน โดยอาศัยหลักการเชื่อมโยงที่ไม่เบียดเบียน แบ่งปัน และช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และ 8) ความสมดุลและการพัฒนาที่ยั่งยืน หมายถึง การสนับสนุนให้ประชาชนและชุมชนยึดถือการพัฒนาอย่างเป็นองค์รวม มีสมดุลระหว่างกระแสการแข่งขันจากโลกาภิวัตน์และกระแสท้องถิ่นนิยม มีความหลากหลายในโครงสร้างการผลิต มีการใช้ทุนทางสังคมที่มีอยู่ให้มีประสิทธิภาพเกิดประโยชน์สูงสุด ไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตของท้องถิ่นที่ตั้งมา

จากการศึกษาหลักการจัดการชุมชนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงดังกล่าวแล้วนั้น สรุปได้ดังนี้การจัดการชุมชนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ประกอบด้วย ความพอประมาณ ความมีเหตุผล การมีภูมิคุ้มกัน การพึ่งตนเอง การเสริมสร้างคุณภาพคนให้มีทั้งความรู้และคุณธรรมควบคู่กัน การรวมกลุ่มการสร้างเครือข่าย ความสมดุลและการพัฒนาที่ยั่งยืน ผู้ศึกษาจึงนำหลักการทั้ง 8 ประการนี้ ไปวิเคราะห์ชุมชนพื้นที่เป้าหมายในการดำเนินงานโครงการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเพื่อยกระดับรายได้ครัวเรือนเพื่อแก้ปัญหาความยากจน ภายใต้โครงการยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย แล้วนำผลการวิเคราะห์ดังกล่าวมาสังเคราะห์เป็นรูปแบบการจัดการชุมชนเพื่อแก้ปัญหาความยากจนของมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย เพื่อเป็นรูปแบบในการขับเคลื่อนให้ชุมชนประสบความสำเร็จและเป็นแบบอย่างให้ชุมชนอื่นได้นำไปประยุกต์ใช้ต่อไป

การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเพื่อแก้ปัญหาความยากจน

สารจาก พลเอก ดาว์พงษ์ รัตนสุวรรณ องคมนตรี (สำนักงานที่ประชุมอธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏ, 2562) ได้กล่าวถึงยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579) ตอนหนึ่งว่า “ด้วยพระมหากรุณาธิคุณและสายพระเนตรอันยาวไกลของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมหาวชิราลงกรณบดินทรเทพยวรางกูร ที่ทรงให้ความสำคัญกับการศึกษา และทรงมุ่งหมายให้การศึกษาสร้างคนไทย ให้มีคุณลักษณะ 4 ประการ ได้แก่ มีทัศนคติที่ดีและถูกต้อง มีพื้นฐานชีวิตที่มั่นคงเข้มแข็ง มีอาชีพ มีงานทำ และเป็นพลเมืองดีมีระเบียบวินัย อันเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความมั่นคงให้กับประเทศ ก่อปรกกับการเสด็จพระราชดำเนินพระราชทานปริญญาบัตรให้กับบัณฑิตมหาวิทยาลัยราชภัฏตลอดระยะเวลากว่า 30 ปี ที่ได้ทรงติดตามและทอดพระเนตร เห็นศักยภาพอย่างเข้าพระทัยลึกซึ้งแก่้นแท้ของมหาวิทยาลัยราชภัฏ ที่จัดตั้งขึ้นเพื่อให้เป็นแหล่งผลิตครูที่มีคุณภาพ เป็นแหล่งความรู้วิชาการ และเป็นปราชญ์แห่งการพัฒนาท้องถิ่น อันเป็นกลไกสำคัญที่จะสามารถเข้าถึงต้นตอแห่งปัญหาของพลนิกรของพระองค์ในแต่ละท้องที่ และสามารถดำเนินการแก้ไขและพัฒนาอย่างมุ่งเป้าเพื่อให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นในทุกด้าน จึงทรงมอบหมายภารกิจให้องคมนตรีแนะนำมหาวิทยาลัยราชภัฏให้ทำงานให้เข้าเป้าในการยกระดับการศึกษาและพัฒนาท้องถิ่นในท้องถิ่น”

มหาวิทยาลัยราชภัฏเลยได้น้อมนำศาสตร์พระราชาของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช และพระบรมราโชบายด้านการศึกษาของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมหาวชิราลงกรณ บดินทรเทพยวรางกูร และภายใต้ยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ระยะ 20 ปี บนฐานศักยภาพและบริบทของมหาวิทยาลัย โดยการกำหนดกรอบแนวคิดจากศาสตร์พระราชาตลอด 70 ปีของการทรงงานของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช เพื่อแก้ปัญหาพื้นที่และพัฒนาชีวิตของประชาชนที่ทรงใช้หลักการ “เข้าใจ เข้าถึง และพัฒนา” นำมาสู่ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ที่ทรงปรับปรุงแก้ไขและพระราชทานให้แก่ปวงชนชาวไทยได้เป็นแนวทางในการดำรงชีวิต คือ “3 ห่วง

2 เงื่อนไข” ที่คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ นำมาใช้ในการรณรงค์เผยแพร่ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งประกอบด้วย ความพอประมาณ มีเหตุผล มีภูมิคุ้มกัน บนเงื่อนไขความรู้และคุณธรรม

มหาวิทยาลัยราชภัฏเลยได้ดำเนินโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น จำนวน 4 ยุทธศาสตร์ คือ ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาท้องถิ่น ยุทธศาสตร์ที่ 2 การผลิตและพัฒนาครู ยุทธศาสตร์ที่ 3 การยกระดับคุณภาพการศึกษา และยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาระบบบริหารจัดการ โดยบูรณาการความร่วมมือภายในมหาวิทยาลัยและภายนอกมหาวิทยาลัย ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม มหาวิทยาลัยราชภัฏ เป็นคู่ความร่วมมือและเป็นแหล่งให้ความรู้ เป็นที่พึ่งพิงทางวิชาการ โดยมีอาจารย์ บุคลากร นักศึกษาที่มีศักยภาพในการให้บริการวิชาการแก่ชุมชนที่พร้อมขับเคลื่อนพัฒนาและยกระดับเศรษฐกิจฐานราก ตามสภาพปัญหาและความต้องการที่แท้จริงของชุมชน เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในท้องถิ่น เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน สำหรับการดำเนินงานโครงการที่จะนำเสนอต่อไปนี้เป็นโครงการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเพื่อยกระดับรายได้ครัวเรือนในพื้นที่เป้าหมายของมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ได้แก่ บ้านหาดเปี้ย ตำบลปากชม อำเภอปากชม และบ้านบุสม ตำบลบุสม จังหวัดเลย บ้านดอนหญ้านาง ตำบลดอนช้าง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เป็นโครงการที่บูรณาการพันธมิตรตามแนวทางที่กล่าวข้างต้น เพื่อแก้ปัญหาความยากจนของประชาชนในพื้นที่เป้าหมาย ให้สามารถพัฒนาคุณภาพชีวิตตนเองและครอบครัว รวมถึงการได้รับการสงเคราะห์หรือดูแลชีวิตได้อย่างเหมาะสม เพื่อให้ครัวเรือนยากจนดังกล่าวสามารถพึ่งตนเองและชุมชนได้อย่างยั่งยืนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ให้อยู่ได้ครัวเรือนที่เข้าร่วมโครงการพ้นเกณฑ์ความยากจนและให้ประชาชนที่เข้าร่วมโครงการมีรายได้เพิ่มขึ้น ซึ่งมีขั้นตอนในการดำเนินงานในระยะเริ่มแรก คือ การศึกษาบริบทชุมชนตั้งแต่ประวัติศาสตร์ ชุมชน ข้อมูลด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม การพัฒนาชุมชนและสร้างความสัมพันธ์กับชุมชนและประสานงานเครือข่ายความร่วมมือ และวิเคราะห์ศักยภาพชุมชน วิเคราะห์

ทุนชุมชน ทุนทรัพยากรธรรมชาติ ทุนทางสังคม ทุนวัฒนธรรม และทุนทางภูมิปัญญาเพื่อได้มาซึ่งปัญหาและความต้องการที่แท้จริง ซึ่งเป็นข้อมูลในการพิจารณาคัดเลือกครัวเรือนเป้าหมายและหาทางเลือกรูปแบบการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากของตนเอง ต่อจากนั้นจึงดำเนินงานตามขั้นตอนต่อไปนี้

1. แต่งตั้งและประชุมคณะกรรมการดำเนินงานโครงการ เพื่อสร้างความเข้าใจ ขั้นตอน วิธีการและแนวทางการดำเนินงานและพัฒนาทีมงานให้เข้าใจขั้นตอนการดำเนินงานทั้ง 3 ระยะคือ ระยะต้นน้ำ ระยะกลางน้ำ และระยะปลายน้ำ

2. เริ่มดำเนินงานระยะต้นน้ำ คือ ลงพื้นที่เป้าหมาย ประสานงานกลุ่มเป้าหมายและภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง สร้างความสัมพันธ์กับชุมชนและสร้างพื้นที่ความไว้วางใจ วิเคราะห์ศักยภาพชุมชน วิเคราะห์ทุนชุมชน วิเคราะห์ปัญหาและความต้องการของชุมชนร่วมกับชุมชนร่วมกันวางแผนการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากโดยใช้กระบวนการมีส่วนร่วมและประสานงานเครือข่ายโดยใช้วิธีการที่หลากหลายวิธีการ เช่น การสังเกต การสัมภาษณ์ การประชุมระดมความคิดเห็น การสนทนากลุ่ม เป็นต้นโดยใช้เครื่องมือ คือ แบบสำรวจ แบบสังเกต แบบสัมภาษณ์ ประเด็นการประชุมเชิงปฏิบัติการ ประเด็นการสนทนากลุ่ม เป็นต้น

3. ประเมินผลกิจกรรมระยะต้นน้ำ และจัดทำรายงานสรุปกิจกรรมระยะต้นน้ำ (Inception report)

4. ดำเนินการระยะกลางน้ำ โดยดำเนินการตามแผนและรูปแบบการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเพื่อยกระดับรายได้ตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย เช่น กิจกรรมการอบรมอาชีพเสริม สร้างอาชีพ กิจกรรมแปรรูปผลผลิต กิจกรรมลดรายจ่าย กิจกรรมศึกษาดูงาน เป็นต้น เป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเพื่อยกระดับรายได้ครอบคลุมในพื้นที่เป้าหมายจังหวัดเลยและจังหวัดขอนแก่น

5. ประเมินผลกิจกรรมระยะกลางน้ำและจัดทำรายงานสรุปกิจกรรมระยะกลางน้ำ (Interim report)

6. ดำเนินการระยะปลายน้ำ คือ ถอดบทเรียนและประเมินผลกิจกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเพื่อยกระดับรายได้ของกลุ่มเป้าหมาย

7. ประเมินผลกิจกรรมระยะปลายน้ำและจัดทำรายงานสรุปกิจกรรมระยะปลายน้ำ (Final report)

ผลการดำเนินงานโครงการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเพื่อแก้ปัญหาความยากจน

จากการดำเนินงานโครงการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเพื่อยกระดับรายได้ของชุมชน 3 ชุมชน ครัวเรือนมีรายได้เพิ่มขึ้น พ้นจากเส้นความยากจนและมีแนวโน้มการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนอย่างต่อเนื่อง ซึ่งผลการดำเนินงานดังกล่าว สามารถสังเคราะห์เป็นรูปแบบการจัดการชุมชนเพื่อแก้ปัญหาความยากจนของมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ดังนี้

1. การพัฒนาอาชีพเพื่อยกระดับรายได้ และลดรายจ่าย จากสภาพการดำรงชีวิตของประชาชนในปัจจุบันโดยส่วนใหญ่มีวิถีการดำรงชีวิตที่ยึดวัตถุเป็นสิ่งจำเป็นต้องการพึ่งพาตัวกลางในการแลกเปลี่ยน คือ “เงิน” ความยากจนในทัศนคติของคนบางกลุ่มจึงถูกวัดจากปริมาณการรับและใช้จ่ายเงิน เพื่อสนองความต้องการ และได้มาซึ่งปัจจัยในการดำรงชีวิต การแก้ไขปัญหาความยากจนจากมุมมองนี้ คือ การส่งเสริมให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความตระหนักที่จะปรับเปลี่ยนพฤติกรรมอันไม่พึงประสงค์บางอย่าง ที่ก่อให้เกิดความไม่สมดุลด้านชีวิตความเป็นอยู่ เช่น การพัฒนาอาชีพบนฐานศักยภาพและทรัพยากร การลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น การเพิ่มรายได้ การลดค่าใช้จ่ายที่จำเป็นโดยการผลิตอาหารและสิ่งของเพื่อใช้เอง รู้จักประหยัด อดออม และสร้างภูมิคุ้มกันในตัว ดังนั้น การรื้อฟื้นหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาปรับใช้ในชีวิตประจำวันจึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการแก้ไขปัญหาความยากจนได้อย่างยั่งยืน

จากผลการดำเนินงานโครงการเพื่อเพิ่มรายได้ลดรายจ่ายของประชาชนที่เข้าร่วมโครงการในพื้นที่เป้าหมายทั้ง 3 หมู่บ้าน มีดังนี้

บ้านนุ้ม อำเภอยางตลาด จังหวัดเลย ซึ่งเป็นพื้นที่ปลูกผลไม้หลากหลายชนิด เช่น มะม่วง ทุเรียน เงาะ มังคุด ฯลฯ แต่ที่มีชื่อเสียงมากก็คือ เป็นแหล่งผลิตมะม่วงส่งจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ จึงส่งเสริมการแปรรูปมะม่วงได้แก่ แยม ไอศกรีม มะม่วงแช่อิ่ม เป็นต้น สำหรับบ้านหาดเปี้ย อำเภอกาบัง จังหวัดเลย เป็นพื้นที่ที่ติดชายฝั่งแม่น้ำโขง

และเป็นพื้นที่ที่ได้รับอนุญาตจากภาครัฐให้ประชาชนในหมู่บ้านสามารถเก็บหินในแม่น้ำโขงจำหน่ายได้ จึงพัฒนาระบบการจัดจำหน่ายหิน และพัฒนาทำเป็นพรมหินสำหรับนอนเท้าเพื่อสุขภาพ การเพนท์หินให้มีสีสันสวยงาม ฯลฯ และบ้านดอนหญ้านาง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น มีการส่งเสริมอาชีพเพาะเห็ดและแปรรูปเห็ด ได้แก่ เห็ดทอดกรอบ เห็ดเห็ด ส่งเสริมคุณภาพผ้าไหมเพื่อเข้าสู่มาตรฐาน เป็นต้น

2. การบูรณาการพันธกิจสัมพันธ์ ปัญหาความยากจนเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคมไทยที่สั่งสมมานาน เป็นภาวะความขาดแคลนไม่มีความมั่นคง ทางเศรษฐกิจในระดับบุคคลส่งผลให้เกิดความทุกข์ยากในการดำเนินชีวิต รวมถึงการขาดโอกาสที่จะพัฒนาคุณภาพชีวิตในหลายๆ ด้าน จากการศึกษา พบว่า ปัญหาและสาเหตุของความยากจนมาจากสาเหตุสำคัญสองประการ คือ สาเหตุจากปัจจัยภายในตัวบุคคล และสาเหตุจากปัจจัยภายนอกตัวบุคคล ดังนั้นแนวทางในการแก้ปัญหาความยากจนนั้น นอกจากรัฐบาลต้องเป็นตัวหลักในการขับเคลื่อนการแก้ปัญหาความยากจนให้เกิดขึ้นอย่างจริงจังแล้ว การบูรณาการพันธกิจให้มีการประสานความร่วมมือกับองค์กรทั้งหน่วยงานภาคราชการ เอกชน ประชาสังคม ให้เข้ามามีส่วนร่วมคิดและปฏิบัติในการแก้ปัญหาความยากจน จนเกิดเป็นเครือข่ายความร่วมมือระยะยาว โดยมีการมุ่งเน้นการเสริมสร้างให้ตัวบุคคลและชุมชนท้องถิ่น มีการพึ่งพาตัวเองในการส่งเสริมการประกอบอาชีพให้มี รายได้เพียงพอในการดำเนินชีวิตอย่างมั่นคงและยั่งยืนตลอดไป ซึ่งบุคคลและหน่วยงานที่มีส่วนร่วมในการดำเนินงานทั้ง 3 พื้นที่ ได้แก่ ภูมิปัญญาชาวบ้าน ผู้นำชุมชน พระสงฆ์ องค์กรบริหารส่วนตำบล สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว พัฒนาชุมชน และสถาบันการศึกษาในพื้นที่เป้าหมาย

3. การมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่เป้าหมาย การมีส่วนร่วมเป็นหลักการพื้นฐานและองค์ประกอบสำคัญในการปกครองตามระบอบประชาธิปไตย เพราะทำให้ประชาชนในท้องถิ่นต่างๆ ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจแก้ปัญหาด้วยตนเองโดยที่ไม่ต้องรอรับนโยบายหรือคำสั่งจากรัฐฝ่ายเดียว ทั้งนี้ เพราะแต่ละท้องถิ่นมีทรัพยากร สภาพแวดล้อม การสั่งสมทาง ภูมิปัญญา ตลอดจนเงื่อนไขและปัจจัยที่แตกต่างกัน อันเป็นผลให้ความต้องการและ

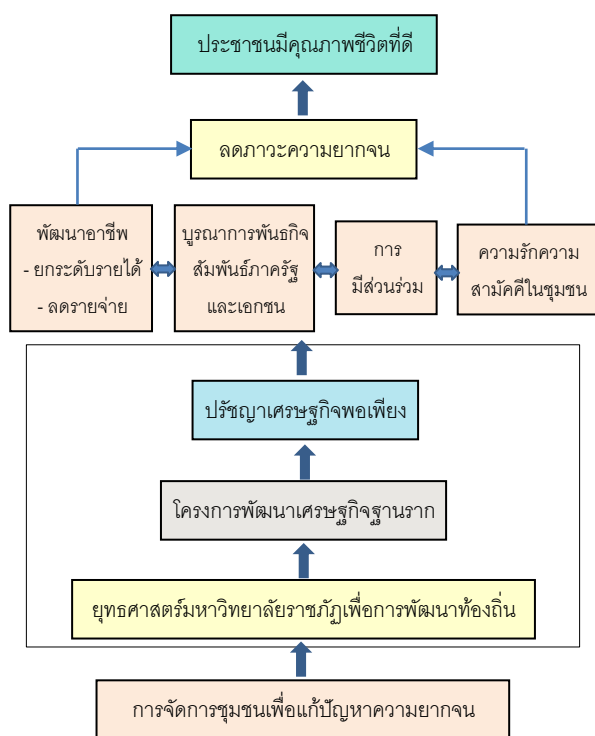
แนวทางการจัดการประโยชน์สุขของแต่ละท้องถิ่นแตกต่างกันไปด้วย การส่งเสริมให้แต่ละท้องถิ่นสามารถปกครองตนเองได้ตามสมควร จึงเป็นสิ่งจำเป็นและสอดคล้องกับความเหมาะสมกับความเป็นจริงภายในท้องถิ่นนั้นๆ ซึ่งจะทำให้ประชาชนในท้องถิ่นตื่นตัวต่อการมีส่วนร่วมในการกำหนดอนาคตของท้องถิ่นเอง อันน่าจะเกิดผลดีต่อการพัฒนาท้องถิ่นมากกว่าที่รัฐเป็นผู้กำหนดหรือควบคุม เพราะการดำเนินการของรัฐโดยทั่วไปย่อมผ่านทางเจ้าหน้าที่ของส่วนกลาง ซึ่งจะมิพบปะหรือทัศนคติที่มุ่งรักษาประโยชน์ของรัฐจนอาจละเลยความต้องการและความจำเป็นที่แท้จริงของแต่ละท้องถิ่น

จากหลักการพื้นฐานของการมีส่วนร่วมที่ได้นำมาวิเคราะห์ประสิทธิภาพการทำงานในพื้นที่เป้าหมาย พบข้อมูลที่เป็นปัจจัยส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของชุมชน คือ ความจริงใจและเอาใจใส่ในการแก้ปัญหาความยากจนของผู้นำชุมชน โดยผู้นำมีบทบาทสำคัญในการประสานการทำงานของทุกฝ่ายให้เป็นไปด้วยความราบรื่น ตลอดจนส่งเสริมและเปิดโอกาสให้ประชาชนที่เป็นกลุ่มเป้าหมายได้ร่วมแสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนเรียนรู้กับนักวิชาการในการหาแนวทางการพัฒนาอาชีพ การลดรายจ่ายครัวเรือน ในลักษณะการจัดการความรู้ในการใช้ทรัพยากรของชุมชนอย่างเห็นคุณค่า ตั้งแต่ระยะต้นน้ำ กลางน้ำ จนถึงปลายน้ำ

4. ความรักความสามัคคีในชุมชน ประเทศที่มีประชาชน มีความสามัคคีกลมเกลียวกัน ประเทศนั้นก็เจริญเช่นเดียวกัน ชุมชนใดมีประชาชน มีความสามัคคีกลมเกลียวกัน ชุมชนนั้นก็เจริญ ความรักความสามัคคีของคนในชุมชนจะทำให้คนในชุมชนให้ความร่วมมือร่วมใจกันทำงานให้บรรลุผล มีความจริงใจในการแก้ปัญหาาร่วมกัน เห็นอกเห็นใจกัน แบ่งปัน พึ่งพาอาศัยกัน ไม่อิจฉาริษยา ไม่แข่งขัน ซึ่งนำไปสู่สังคมที่มีความรัก ความเข้าใจ เอื้ออาทรต่อกัน สร้างความเป็นปึกแผ่นในชาติโดยรวมอย่างมั่นคงและยั่งยืนในสังคมต่อไป ในทางตรงกันข้าม หากชุมชนที่มีความแตกแยกทางความคิด การแบ่งกลุ่มแบ่งฝ่าย ขาดความเข้าใจในสิทธิและหน้าที่ของตนเองและผู้อื่น จนกลายเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ก็จะส่งผลต่อการดำเนินชีวิตของคนในชุมชน และในขณะเดียวกัน จากกระบวนการดำเนินงานโครงการยิ่งทำให้เกิดความรักความสามัคคีในชุมชนเหนียวแน่นมากยิ่งขึ้น

ตลอดจนหน่วยงานและองค์กรต่างๆ ที่มีส่วนร่วมในการพัฒนา ก็เกิดความรู้ความเข้าใจร่วมกันในการแก้ปัญหาของชุมชน

จากผลการสังเคราะห์รูปแบบการจัดการชุมชนเพื่อแก้ปัญหาความยากจนดังกล่าวข้างต้น สามารถสรุปเป็นภาพประกอบ ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 รูปแบบการจัดการชุมชนเพื่อแก้ปัญหาความยากจนของมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

บทสรุป

การดำเนินงานโครงการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเพื่อยกระดับรายได้ครัวเรือน สามารถสรุปองค์ความรู้จากการทำงานในพื้นที่เป้าหมายเป็นรูปแบบการจัดการชุมชนเพื่อแก้ปัญหาความยากจน โดยเริ่มจากการดำเนินงานโครงการตามกรอบยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น บนพื้นฐานปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง การบูรณาการพันธกิจสัมพันธ์ ก่อให้เกิดการพัฒนาอาชีพเพื่อยกระดับรายได้ ลดรายจ่ายในครัวเรือน การมีส่วนร่วม ความรักความสามัคคีในชุมชน และคุณภาพชีวิตที่ดี

เอกสารอ้างอิง

- ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ และ พิทยา ว่องกุล. (2545). *วิสาหกิจชุมชน กลไกเศรษฐกิจฐานราก*. กรุงเทพฯ: เติร์ดเพรส.
- ประภาส ปิ่นตบแต่ง, สุภา ไยเมือง และ บัญชร แก้วส่อง. (2546). *การพัฒนาระบบสวัสดิการสำหรับคนจนและคนด้อยโอกาส: กลุ่มเกษตรกร*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- วันฉัตร สุวรรณกิตติ. (2562). เอกสารประกอบการบรรยายเรื่อง “ความยากจนของไทย” ใน กำหนดการอบรมหัวข้อ “การบูรณาการพันธกิจเชิงพื้นที่เพื่อแก้ปัญหาความยากจนของประชาชนในท้องถิ่น” ภายใต้โครงการยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 วันที่ 26 มิถุนายน พ.ศ. 2562 ณ ห้องประชุมชั้น 9 อาคารอเนกประสงค์ (อาคาร 23) คณะครุศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.
- วิรัช วิรัชนิภาวรรณ. (2551). *การบริหารจัดการตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงในชุมชน*. กรุงเทพฯ: ธรรมมลพิมพ์.
- สำนักงานที่ประชุมอธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏ. (2562). *ยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579) ฉบับปรับปรุง 11 ตุลาคม 2561*. กรุงเทพฯ: สำนักงานที่ประชุมอธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏ.
- อุดม ทุมโฆสิต. (2536). *ลักษณะและสาเหตุของปัญหาความยากจนของครอบครัวชนบท: กรณีจังหวัดสงขลา*. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- World Bank. (2001). *World Development Report 2000/2001: Attacking Poverty*. Washington: Oxford University Press.

แนวทางการเพิ่มรายได้ และสร้างรูปแบบการออม
แก่กลุ่มสตรีบ้านบุงยาง ด้วยศาสตร์พระราชา
Guidelines for Increasing Income and Create a Savings Model
for Ban Bung Yang Women Group with King's Philosophy

จตุพร จันทน์เพชร¹

Jatupon Janpet¹

Corresponding Author's Email: jatupon.jan@pcru.ac.th¹

(Received: April 1, 2022; Revised: July 12, 2022; Accepted: September 16, 2022)

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อสร้างแนวทางการเพิ่มรายได้ให้แก่กลุ่มสตรีบ้านบุงยาง อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ เพื่อหาแบบการออมที่เหมาะสม โดยการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง จากกลุ่มสตรีบ้านบุงยาง หมู่ 4 ตำบลวัดป่า อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน 15 ราย

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไป พบว่า กลุ่มสตรีบ้านบุงยาง มีปัญหาเรื่องรายได้ที่ไม่เพียงพอ และยังไม่มีรูปแบบการออมที่เหมาะสม จากการวิเคราะห์สภาพกลุ่มมีจุดแข็งในด้านการหาวัตถุดิบได้ง่ายในท้องถิ่น และสมาชิกกลุ่มมีภูมิปัญญาการทำลูกประคบแบบดั้งเดิมในท้องถิ่น นอกจากนั้นกระแสการใช้สมุนไพรมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น และหน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุน แต่ยังมีจุดอ่อนในเรื่องเงินทุนหมุนเวียน และผลิตภัณฑ์ยังไม่ได้มาตรฐาน อีกทั้งอุปสรรคทางด้านกำลังซื้อและปัญหาความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจ เมื่อสำรวจความต้องการเพิ่มรายได้เพื่อกำหนดหลักสูตรที่ต้องการอบรมมากที่สุด ได้แก่ การทำลูกประคบให้ได้มาตรฐานเป็นที่ต้องการของตลาด รองลงมาคือขนาดแผนโบราณเป็นการเสริมให้มีรายได้เพิ่มเติมจากผลิตภัณฑ์ลูกประคบของกลุ่ม ในส่วนของรูปแบบการออม พบว่า สมาชิกกลุ่มมีรูปแบบการออมที่เหมาะสม คือ การออมแบบเก็บสะสมในรูปเงินสด และบัญชีเงินฝากประเภทต่างๆ ในสถาบันการเงิน (ธนาคาร, สหกรณ์อื่นๆ)

คำสำคัญ: การเพิ่มรายได้ รูปแบบการออม ศาสตร์พระราชา

Abstract

This study objective is Guidelines for Increasing Income and Create a Savings Model for Ban Bung Yang Women Group. Lom Sak District, Phetchabun Province to find the right savings model. The study and data were collected using a semi-structured interview form. From the herbal group of Ban Bung Yang women, Village No. 4, Wat Pa Sub-district, Lom Sak District, Phetchabun Province, 15 cases.

The results of the study of general information found that the Ban Bung Yang women's herbal group. Have a problem of insufficient income and there is no suitable savings model. From the analysis of group conditions. There is a strong point in the availability of local raw materials and the group members have the wisdom of making traditional Thai herbal compress balls in the local area. In addition, the trend of using herbs tends to increase and government agencies support it. But there are also weaknesses in working capital and non-standard products in addition, to obstacles in purchasing power and economic instability problems. When surveying the need to increase income to determine the training course. The highest ranking was making the compress meet the market's demanding standards. The second is traditional massage, which is a supplement to earn additional income from the group's herbal compress products. As for the savings model, it was found that the members of the group had a suitable

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

¹ Lecturer, Economics Program, Faculty of Management Science, Phetchabun Rajabhat University

savings model, namely savings in cash. and various types of deposit accounts in financial institutions (banks, cooperatives, etc.)

Keywords: increasing income, create a savings model, King's philosophy

ความเป็นมาของปัญหา

ศาสตร์พระราชา คือ หลักการทรงงานเพื่อการพัฒนาของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช บรมนาถบพิตร ที่พระราชทานพระราชดำริและแนวปฏิบัติเพื่อพัฒนา คุณภาพชีวิตของคนไทย ทั้งด้านการศึกษาและสุขภาพ การเพิ่มผลผลิต การค้นคว้าวิจัย การบริหารความเสี่ยง การอนุรักษ์ธรรมชาติ และปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยมีกระบวนการแก้ ปัญหาแบบองค์รวมที่คำนึงบริบททาง ภูมิศาสตร์ เศรษฐกิจ และสังคมของแต่ละพื้นที่เป็นสำคัญ การทำงานตามแนวศาสตร์พระราชานั้น มีลำดับขั้นการพัฒนาที่ชัดเจน คือ เพื่ออยู่รอด (Survival) พึ่งตนเอง (Self-reliance) และยั่งยืน (Sustainable) (พระครูนิวาสิตพต, 2563)

จากแนวทางศาสตร์พระราชา เพื่อให้เกิดความอยู่รอด สามารถพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืน ดังพระราชดำรัส ในหลวง รัชกาลที่ 9 ที่ว่า "เราไม่ควรให้ปลาแก่เขา แต่ควรจะให้เบ็ดตกปลา และสอนให้รู้จักวิธีตกปลาจะดีกว่า" ตรงนี้เรานำมาเป็นแนวทางในการสร้างอาชีพ โดยเฉพาะกับกลุ่มสตรีในพื้นที่ที่มีจำนวนมาก ซึ่งเราจะให้ส่งเสริมอาชีพแก่กลุ่มสตรีเพื่อให้เขาได้นำอาชีพที่ฝึกอบรมมาเพิ่มรายได้ให้กับตนเอง ซึ่งอาชีพเสริมถือเป็นแหล่งรายได้หนึ่งที่จะช่วยให้ครอบครัวสบายขึ้น นอกจากนั้นแล้วเขาจะต้องรู้จักความรับผิดชอบว่า เมื่อมีรายได้มาจนเพียงพอแล้ว ส่วนหนึ่งควรที่จะต้องรู้จักการออม เพื่อเป็นทุนในอนาคตของตนเองต่อไป (อานนท์ ศักดิ์วรวิชญ์, 2560)

ณัฐริยา สุขสุวรรณพร (2553) กล่าวว่า อาชีพเสริม หมายถึง เป็นอาชีพที่ประกอบขึ้นเป็นอาชีพที่ 2 รองจากอาชีพหลัก และเป็นแหล่งรายได้เสริมเพิ่มเติมจากงานหลัก

บุญมา เทน (2555) ให้ความหมายของอาชีพเสริม คืออาชีพหรือช่องทางสำรองอาชีพ ช่องทางทำรายได้เสริมกับอาชีพหลัก จุดประสงค์จริงๆ ทั้งอาชีพหลักและอาชีพเสริมรายได้ก็คือ เงิน เพียงตัวเดียวล้าหลังอาชีพหลักบางอาชีพอาจเลี้ยงตัวเองและครอบครัวไม่พอกับ ภาวะเศรษฐกิจปัจจุบัน นอกจากนี้ พลอยทิพย์ หัสดีพันธุ์ และ รุจ ศิริสัญลักษณ์ (2564)

ได้กล่าวว่า การประกอบอาชีพเสริมส่งผลให้แม่บ้านเกษตรกรมีความพึงพอใจกับการประกอบอาชีพเสริมนอกเหนือจากการทำการเกษตร แต่อย่างไรก็ตามการประกอบอาชีพเสริมของแม่บ้านเกษตรกรยังมีปัญหาอุปสรรคต่อการประกอบอาชีพเสริมอยู่มาก ซึ่งความต้องการในการประกอบอาชีพเสริมของแม่บ้านเกษตรกรคือ การช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในเรื่องของการให้ความรู้ในด้านระบบการผลิตที่ครบวงจร ตลอดจนการช่วยเหลือแม่บ้านเกษตรกรในด้านการตลาด และการให้ความรู้ใน ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ของแม่บ้านเกษตรกร

ผู้วิจัยจึงสรุปความหมายของอาชีพเสริมได้ว่า อาชีพเสริม เป็นอาชีพที่ทำเพื่อหารายได้ นอกเหนือจากอาชีพหลัก เป็นแหล่งรายได้เสริมเพิ่มเติมจากอาชีพหลัก อาจประกอบเป็นธุรกิจ หรือกิจการในรูปแบบใดก็ได้ และจะต้องเป็นอาชีพที่มีรายได้เสริมจากรายได้หลัก

นอกจากนั้นแนวทางการเพิ่มรายได้ที่สตรีฯ สุขชาติ (2554) กล่าวว่า iva การพัฒนาชุมชนด้วยปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและสร้างชุมชนให้เป็นชุมชน โดยหมู่บ้านหรือชุมชนจัดให้มีกิจกรรมในการส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการยอมรับในหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ให้แก่ประชาชนในหมู่บ้านหรือชุมชน ในรูปแบบต่างๆ เช่น การฝึกอบรม การศึกษาดูงาน การถ่ายทอดความรู้โดยวิทยากรหรือผู้ที่มีประสบการณ์ในการดำเนินชีวิตตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง ผ่านกระบวนการสาธิตกิจกรรมต่างๆ เพื่อการดำรงชีวิตอย่างพอประมาณ เพื่อการพึ่งตนเอง ด้วยการทำกิจกรรม อาทิ กิจกรรมเพิ่มรายได้ เช่น การแปรรูป พัฒนาผลิตภัณฑ์ กิจกรรมเสริมรายได้ลดต้นทุนการผลิตในกิจกรรมของครัวเรือน

ในส่วนของรูปแบบการออม นิชากร ชัยศิริ (2562) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการออมของประชาชนในจังหวัดสงขลา ที่กล่าวว่า พฤติกรรมการออมของประชาชน เป็นการออมโดยฝากธนาคาร การออมโดยถือไว้

เป็นเงินสด การออมเงินโดยฝากสหกรณ์ การออมโดยซื้อกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ การออมเงินโดยซื้อสลากออมสินพิเศษ การออมเงินโดยการทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ และการออมเงินโดยซื้อขายพันธบัตรรัฐบาล

จากการได้รับฟังความคิดเห็น และพูดคุยกับสมาชิกในกลุ่ม พบว่า สมาชิกกลุ่มสมุนไพร่สตรีบ้านนุ่งยาง มีปัญหาเรื่องรายได้ไม่เพียงพอกับรายจ่ายที่เกิดขึ้น เนื่องจากค่าครองชีพที่เพิ่มสูงขึ้น การทำอาชีพเสริมไปพร้อมกับอาชีพหลักจะช่วยแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่ายได้ จึงเกิดความคิดที่จะทำลูกประคบสมุนไพร่เพื่อสุขภาพ ซึ่งสมาชิกในกลุ่มถือว่าเป็นการสืบทอดภูมิปัญญาจากบรรพบุรุษมาจนถึงปัจจุบัน ประกอบกับในพื้นที่มีพืชสมุนไพร่ที่มีอยู่แล้ว จึงทำให้สมาชิกเห็นว่าเป็นการสร้างรายได้ให้กับสมาชิกอีกทางหนึ่งในช่วงที่เกิดสถานการณ์โรคระบาดโควิด 19 ฉะนั้นเพื่อให้การศึกษาแนวทางการเพิ่มรายได้ และสร้างรูปแบบการออมแก่กลุ่มสมุนไพร่สตรีบ้านนุ่งยาง ด้วยศาสตร์พระราชา เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับวิธีการแห่งศาสตร์พระราชาและหลักการทรงงานของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดชบรมนาถบพิตร ผู้วิจัยจึงศึกษาแนวทางเพิ่มรายได้ และสร้างรูปแบบการออมเป็นไปตามวิธีการแห่งศาสตร์พระราชาและหลักการทรงงานดังกล่าว เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนากลุ่มสตรีบ้านนุ่งยาง อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ ให้สามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน ที่สอดคล้องกับหลักการทรงงาน และเป็นคนดีของสังคม ซึ่งเป็นไปตามพระราชประสงค์ของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดชบรมนาถบพิตร สืบไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสร้างแนวทางการเพิ่มรายได้ให้แก่กลุ่มสมุนไพร่สตรีบ้านนุ่งยาง อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์
2. เพื่อหารูปแบบการออมที่เหมาะสม

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประเภทของการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์เชิงสำรวจ (Survey interview) เพื่อรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นก่อนทำการทบทวนวรรณกรรมและสร้างกรอบแนวคิดงานวิจัย โดยทำการสัมภาษณ์กลุ่มสมุนไพร่สตรีบ้านนุ่งยาง หมู่ 4 ตำบลวัดป่า

อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์เพื่อนำข้อมูลมาประกอบในการทบทวนวรรณกรรมและสร้างกรอบแนวคิดในการศึกษา โดยกำหนดโครงสร้างคำถามปลายปิดและปลายเปิด เพื่อสอบถามความคิดเห็น และแนวคิดของกลุ่มสมุนไพร่สตรีบ้านนุ่งยาง

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรของการวิจัย คือ กลุ่มสมุนไพร่สตรีบ้านนุ่งยาง หมู่ 4 ตำบลวัดป่า อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวนสมาชิกทั้งหมด 15 ราย

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

3.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ โดยใช้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์จากสมาชิกกลุ่มสมุนไพร่สตรีบ้านนุ่งยาง ผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เจ้าหน้าที่จากสำนักงานสาธารณสุขอำเภอในมุมมองสภาพทั่วไปในปัจจุบันของกลุ่มสตรีบ้านนุ่งยาง ปัญหาและอุปสรรค

3.2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ โดยศึกษาค้นคว้าจากเอกสารและตำราทางวิชาการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการเพิ่มรายได้จากการทำลูกประคบสมุนไพร่ และการนวดแผนไทยจากลูกประคบ และรูปแบบการออมจากรายได้ที่เกิดขึ้น

3.2.1 เครื่องมือที่ใช้คือแบบสัมภาษณ์ แบบกึ่งโครงสร้าง

3.2.2 มีการจัดเก็บข้อมูลที่เป็นข้อคิดเห็นเพิ่มเติมจากการประชุมกลุ่ม

3.2.3 เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ คือ การสนทนากลุ่ม (Focus group) เครื่องบันทึกเสียง กล้องถ่ายรูป การจดด้วยสมุดบันทึก

3.2.4 ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล ใช้การตรวจสอบสามเส้าด้านผู้วิจัย (Investigation triangulate) โดยใช้ผู้วิจัยร่วมสอบถามข้อมูลด้านรายได้ อาชีพเสริม และรูปแบบการออม จากการแยกสัมภาษณ์ แล้วรวบรวมข้อมูลมาตรวจสอบ

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางในการสัมภาษณ์ ดังนี้

การสนทนากลุ่ม (Focus group) กำหนดแนวทางการสนทนากลุ่ม ดังนี้

4.1 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของกลุ่มสมุนไพรรสดีบ้านบึงยาง ปัจจัยสภาพภายในองค์กร ได้แก่ ด้านการผลิต ด้านการตลาด ด้านการบริหารจัดการ ด้านการเงิน ด้านการมีส่วนร่วมในกลุ่มสมุนไพรรสดีบ้านบึงยาง และปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร ได้แก่ สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และการแข่งขัน

4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ในการดำเนินงานของกลุ่มสมุนไพรรสดีบ้านบึงยาง (SWOT analysis)

4.3 ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนากลุ่มสมุนไพรรสดีบ้านบึงยาง

4.4 ข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางรูปแบบการออมของกลุ่มสมุนไพรรสดีบ้านบึงยาง

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่เกิดขึ้นรวบรวมมาได้จะใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive analysis) ดังนี้

5.1 วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) โดยการนำข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของกลุ่มสมุนไพรรสดีบ้านบึงยาง ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร ได้แก่ สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และการแข่งขัน ปัจจัยการบริหารองค์กร ได้แก่ ด้านการผลิต ด้านการตลาด ด้านการบริหารจัดการ ด้านการเงิน ด้านการมีส่วนร่วมในกลุ่มตลอดจนปัญหา อุปสรรคที่เกิดขึ้น และข้อเสนอแนะแนวทางการที่ได้จากการสนทนากลุ่ม (Focus group) มาวิเคราะห์ เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนากลุ่มสมุนไพรรสดีบ้านบึงยาง แล้วนำเสนอในรูปแบบเชิงพรรณนา

5.2 วิเคราะห์ข้อมูลตามแนวทางศาสตร์พระราชา ตามกระแสพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว "เข้าใจ เข้าถึง และพัฒนา" พงศา บุญชัยวัฒน์โชติ (2558) กล่าวว่า บันไดทั้ง 3 ขั้นต่อไปนี้จะมุ่งไปสู่การพัฒนาให้ชุมชนในองค์กรมีความเป็นเจ้าของและนำไปสู่ความยั่งยืนในที่สุด คือ หลักเข้าใจ หลักเข้าถึง และหลักการพัฒนา ดังนี้

5.2.1 หลักเข้าใจ

วิเคราะห์ข้อมูลเนื้อหา เกี่ยวกับสภาพทั่วไปของแนวทางการสร้างรายได้จากการทำลูกประคบสมุนไพรรสดี

การนวดแผนไทยจากลูกประคบ และรูปแบบการออมจากรายได้ที่เกิดขึ้น

5.2.2 หลักเข้าถึง

1) วิเคราะห์สภาพกลุ่มสมุนไพรรสดีบ้านบึงยาง จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT analysis)

2) กำหนดแนวทางการพัฒนาอาชีพเสริม เพื่อเพิ่มรายได้จากการทำลูกประคบสมุนไพรรสดี และรูปแบบการออมจากรายได้ที่เกิดขึ้น

5.2.3 หลักการพัฒนา

จัดอบรมอาชีพเสริม เพื่อเพิ่มรายได้จากการทำลูกประคบสมุนไพรรสดี และการนวดแผนไทยจากลูกประคบ และรูปแบบการออมจากรายได้ที่เกิดขึ้น

ผลการวิจัย

1. หลักเข้าใจ

ตอนที่ 1 ศึกษาสภาพปัจจุบันของกลุ่มสมุนไพรรสดีบ้านบึงยาง หมู่ 4 ตำบลวัดป่า อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มสมุนไพรรสดีบ้านบึงยาง หมู่ 4 ตำบลวัดป่า อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ ปัญหาและอุปสรรค พบว่า กลุ่มสมุนไพรรสดีบ้านบึงยาง ส่วนใหญ่ประชากรเป็นเพศหญิงทั้งหมด 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 100 มีอายุ 51-60 ปี จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 73.34 รองลงมาอายุ 41-50 ปี จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.33 และมีอายุ 61-70 ปี จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.33 ระดับการศึกษาประถม จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 66.66 รองลงมาระดับมัธยม จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.34 อาชีพหลักของสมาชิก ส่วนใหญ่สมาชิกมีอาชีพหลักเป็นเกษตรกร จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.67 รองลงมามีอาชีพหลักรับจ้าง จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.67 และน้อยที่สุดมีอาชีพหลักธุรกิจส่วนตัว จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.66 มีรายได้ 5,000-10,000 บาท จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 73.33 รองลงมามีรายได้ 10,001-15,000 บาท จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.67

ปัจจัยสภาพแวดล้อมของกลุ่มสมุนไพรรสดีบ้านบึงยาง พบว่า ก่อตั้งกลุ่มมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543 โดยมีการรวมตัวของคนในชุมชน อาชีพหลักของสมาชิกกลุ่ม คือ

ทำนา ทำสวน/ทำไร่ และรับจ้าง ต่อมา มีการสำรวจความต้องการของสมาชิกกลุ่ม พบว่า มีความต้องการพัฒนาสินค้าที่มีอยู่ให้เป็นสินค้าโอท็อป และวางแผนการผลิต การตลาด ทำให้เกิดการจ้างงานในชุมชน ก่อให้เกิดรายได้ มีความรักความสามัคคีของคนในชุมชน

ตลอดจนปัญหา อุปสรรคที่เกิดขึ้น คือ สินค้าที่ผลิตขึ้นนั้นไม่ได้มาตรฐานสินค้าจากหน่วยงานภาครัฐทำให้สมาชิกมีความต้องการที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเองที่มีอยู่ให้ได้มาตรฐานมากยิ่งขึ้น

2. หลักเข้าถึง

ตอนที่ 2 วิเคราะห์สภาพของกลุ่มสมุนไพรสตรีย่านบ้านบึงยาง เพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนา

จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ในการดำเนินงานของกลุ่มสมุนไพรสตรีย่านบ้านบึงยาง (SWOT analysis)

สภาพทั่วไปของกลุ่มสมุนไพรสตรีย่านบ้านบึงยาง หมู่ 4 ตำบลวัดป่า อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์

ความต้องการการสร้างรายได้เสริมมากที่สุด ได้แก่ การทำลูกประคบ จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.67 นวดแผนโบราณ จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.67 ผงสมุนไพรชนิดผง จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.68 สบู่เหลวสมุนไพร จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.68 น้ำมันงา ไพล จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.68 และแชมพูสมุนไพร ครีมนวดผมสมุนไพร จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.68 ตามลำดับ และมีความต้องการให้มีการอบรมความรู้เกี่ยวกับการทำลูกประคบให้ได้มาตรฐานเป็นที่ต้องการของตลาด และด้านข้อเสนอแนะเพิ่มเติมต่อการพัฒนา คือ ส่งเสริมให้มีรายได้เพิ่มเติมจากการนวดสมุนไพรแบบโบราณจากผลิตภัณฑ์ลูกประคบที่กลุ่ม

การวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT analysis) ของกลุ่มสมุนไพรสตรีย่านบ้านบึงยาง ได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของกลุ่มสมุนไพรสตรีย่านบ้านบึงยาง

จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. กลุ่มสามารถหาวัตถุดิบได้ในท้องถิ่น 2. สินค้ามีความเป็นเอกลักษณ์จากภูมิปัญญาเดิมในท้องถิ่น	1. สภาพคล่องของเงินทุนหมุนเวียนของกลุ่มมีจำกัด 2. ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มในบางตัวไม่ได้รับมาตรฐาน
โอกาส	อุปสรรค
1. กระแสในการใช้สมุนไพรตามหลักสุขภาพมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น 2. หน่วยงานราชการต่างๆ ให้การสนับสนุน	1. กลุ่มลูกค้ามีกำลังซื้อที่มีจำนวนจำกัด 2. ปัญหาความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจ

ตอนที่ 3 กำหนดแนวทางการพัฒนาเพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่กลุ่มสมุนไพรสตรีย่านบ้านบึงยาง

ตารางที่ 2 กำหนดแนวทางการดำเนินงานของกลุ่มสมุนไพรสตรีย่านบ้านบึงยาง

สภาพปัญหา	แนวทางการดำเนินงาน	การวิเคราะห์และเปรียบเทียบ	ผลการดำเนินงาน	แนวทางแก้ไข
1. ทำการผลิตสินค้าหลากหลายชนิด	จากการสนทนากลุ่ม (Focus group) เพื่อสำรวจความต้องการสินค้าที่กลุ่มต้องการ - การทำลูกประคบ - นวดแผนโบราณ - ผงสมุนไพรชนิดผง - สบู่เหลวสมุนไพร - น้ำมันงา ไพล - แชมพูสมุนไพร ครีมนวดผมสมุนไพร	ในความหลากหลายของสินค้าที่มีอยู่ ยังไม่ได้การรับรองมาตรฐานสินค้าจากหน่วยงานภาครัฐ	สินค้าที่ทางกลุ่มมีความต้องการผลิตสินค้าเพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่สมาชิกกลุ่ม คือ การทำลูกประคบ ซึ่งมีจำนวนสมาชิกที่มีความต้องการทำจำนวน 7 ราย จากสมาชิกทั้งหมด 15 ราย	จัดให้มีการสร้างหลักสูตรฝึกอบรมการทำลูกประคบ โดยสมุนไพร ผู้เชี่ยวชาญ

ตารางที่ 2 (ต่อ)

สภาพปัญหา	แนวทางการดำเนินงาน	การวิเคราะห์ และเปรียบเทียบ	ผลการดำเนินงาน	แนวทางแก้ไข
2. การผลิต ลูกประคบ เพื่อ จำหน่ายนั้น ยอดจำหน่าย ลดลง	จากการสนทนากลุ่ม (Focus group) พบว่า ลูกประคบที่ผลิตออกมาไม่มียอด จำหน่ายลดลง ทำให้ทางกลุ่มคิดที่จะ ต่อยอดจากการนำลูกประคบสมุนไพร มาใช้ให้เกิดประโยชน์มากขึ้น อีกทั้ง ได้รับคำแนะนำจากสาธารณสุขในการ วัดประคบแผนโบราณ เพื่อเป็นการ เพิ่มรายได้จากเดิมอีก	กลุ่มมองเห็นการต่อยอดจาก ผลิตภัณฑ์ที่ทางกลุ่มมีอยู่ จึง ได้เข้าอบรมกับหน่วยงาน ภาครัฐ ในการอบรมการวัด แผนโบราณเพื่อเพิ่มรายได้อีก ทาง	ทดลองวัดแผนโบราณที่ ตลาดนัด ที่ถนนคนเดิน หล่มสัก ทุกวันเสาร์ เวลา 16.00 น.-20.00 น.	วัดแผนโบราณ
3. สมาชิกมีรายได้ ไม่เพียงพอกับ รายจ่าย	จากการสนทนากลุ่ม (Focus group) พบว่า สมาชิกมีรายได้น้อย จึงให้ ความรู้ในเรื่องรูปแบบการออม	สมาชิกกลุ่มมีรายได้เสริมจาก การทำลูกประคบจำหน่าย และเสริมรายได้จากการนำลูก ประคบมาให้บริการวัดแผน โบราณ ซึ่งรายได้ได้มีการ ลงบัญชีในรูปแบบของรายรับ รายจ่ายของกลุ่ม และใน ลักษณะลงหุ้นเพื่อให้ได้ปันผล	ให้ความรู้ในเรื่องรูปแบบ การออมแก่สมาชิกกลุ่ม สมาชิกกลุ่มเลือกแนวทาง รูปแบบการออม คือ บัญชี เงินฝากประเภทต่างๆ ใน สถาบันการเงิน (ธนาคาร, สหกรณ์อื่นๆ) และเก็บ สะสมในรูปเงินสด	รูปแบบการออม

3. หลักการพัฒนา

ตอนที่ 4 พัฒนาอาชีพเสริมเพิ่มรายได้ และรูปแบบ
การออม จากการอบรมเผยแพร่แนวทางการเพิ่มรายได้ให้แก่
กลุ่มสมุนไพรสตรีบ้านบึงยาง อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์

พัฒนาอาชีพเสริมเพิ่มรายได้ วิเคราะห์แนวทางการ
เพิ่มรายได้ พบว่า การวิเคราะห์ความต้องการของ
กลุ่มสมุนไพรสตรีบ้านบึงยาง จากการสนทนากลุ่ม (Focus
group) และนำมาจัดทำเอกสารสรุปแผนการดำเนินงานวิจัย
พบว่า กลุ่มสมุนไพรสตรีบ้านบึงยาง มีความต้องการอบรม
การทำลูกประคบสมุนไพร เพื่อเพิ่มรายได้เสริมจากที่เป็นอยู่
ในปัจจุบัน ซึ่งมีรายได้ไม่เพียงพอกับรายจ่ายที่เพิ่มสูงขึ้น
เรื่อยๆ เพื่อเป็นการแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่ายในบ้านให้มากขึ้น
ผู้วิจัยจึงจัดให้มีการฝึกอบรมหลักสูตรการทำลูกประคบ
สมุนไพร ให้กับกลุ่มสมุนไพรสตรีบ้านบึงยาง

การประคบสมุนไพร คือ การใช้สมุนไพรหลายอย่าง
มาห่อรวมกัน ส่วนใหญ่เป็นสมุนไพรที่มีน้ำมันหอมระเหยโดย
นำมาหนึ่งให้ร้อน ประคบบริเวณที่ปวดหรือเคล็ดขัดยอกซึ่ง
น้ำมันหอมระเหยเมื่อถูกความร้อนจะระเหยออกมา ความร้อน

จากลูกประคบจะช่วยกระตุ้นการไหลเวียนโลหิตดีขึ้น และยังมี
สารสำคัญจากสมุนไพรบางชนิดที่ซึมเข้าทางผิวหนัง ช่วย
รักษาอาการเคล็ด ขัด ยอก และลดปวดได้ ทั้งกลืนจากน้ำมัน
หอมระเหยยังช่วยให้ความสดชื่นด้วย (สถาบันพระมห
วชิรญาณ คลินิกการแพทย์แผนไทย-จีน, 2566)

4. รูปแบบการออม

จากการสนทนากลุ่ม (Focus group) สัมภาษณ์
แนวทางการออม พบว่า กลุ่มสมุนไพรสตรีบ้านบึงยาง มี
แนวทางการออมหลังจากมีรายได้เสริมจากการทำลูกประคบ
ขาย และอาชีพเสริมจากการวัดแผนโบราณ เป็นดังนี้

ตารางที่ 3 รูปแบบการออม

รูปแบบการออม	จำนวน	ร้อยละ
1. เก็บสะสมในรูปเงินสด	7	46.67
2. บัญชีเงินฝากประเภทต่างๆ ในสถาบัน การเงิน (ธนาคาร, สหกรณ์อื่นๆ)	3	20.00
3. ซื้อสิ่งหามิทรัพย์ เช่น รถยนต์ รถจักรยานยนต์	0	0.00

ตารางที่ 3 (ต่อ)

รูปแบบการออม	จำนวน	ร้อยละ
4. ซื้อมีหุ้น/ทรัพย์สิน เช่น บ้าน ที่ดิน	0	0.00
5. สลากออมสิน/สลาก ธกส.	0	0.00
6. กรมธรรม์ประกันชีวิต	1	6.67
7. ลงทุนในรูปของหุ้น (สหกรณ์อื่นๆ)	2	13.33
8. ทองคำ	2	13.33
รวม	15	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่า แนวทางการออมของกลุ่มสตรีบ้านบึงยาง มีแนวทางการออมหลังจากมีรายได้เสริมจากการทำลูกประคบขาย และอาชีพเสริมจากการนวดแผนโบราณ รูปแบบการออมที่สมาชิกดำเนินการมากที่สุดคือ เก็บสะสมในรูปเงินสด จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.67 รองลงมา คือ บัญชีเงินฝากประเภทต่างๆ ในสถาบันการเงิน (ธนาคาร, สหกรณ์อื่นๆ) จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 20 รูปแบบการออมลงทุนในรูปของหุ้น (สหกรณ์อื่นๆ) และทองคำ จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.33 รูปแบบการออมแบบกรมธรรม์ประกันชีวิต จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.67

อภิปรายผล

จากการศึกษาแนวทางการเพิ่มรายได้ และสร้างรูปแบบการออมแก่กลุ่มสตรีบ้านบึงยาง ด้วยศาสตร์พระราชา พบว่า กลุ่มสตรีบ้านบึงยาง ประชากรเป็นเพศหญิงทั้งหมด มีอายุระหว่าง 51-60 ปี การศึกษาอยู่ในระดับประถม มีอาชีพหลักเป็นเกษตรกร มีรายได้ 5,000-10,000 บาท ปัญหา/อุปสรรคของกลุ่มสตรีบ้านบึงยาง มีปัญหาเรื่องรายได้ที่ไม่เพียงพอ และยังไม่มียุทธศาสตร์การออมที่เหมาะสม

ผลการสำรวจความต้องการเกี่ยวกับการเพิ่มรายได้ และสร้างรูปแบบการออม เพื่อกำหนดหลักสูตรการฝึกอบรมจากการลงพื้นที่เพื่อสำรวจความต้องการฝึกอบรมเพื่อเพิ่มรายได้ และสร้างรูปแบบการออมของกลุ่มสตรีบ้านบึงยาง พบว่า หลักสูตรที่มีความต้องการอบรมอันดับมากที่สุด ได้แก่ การทำลูกประคบให้ได้มาตรฐานเป็นที่ต้องการของตลาด รองลงมาคือนวดแผนโบราณเป็นการเสริมให้มีรายได้เพิ่มเติมจากผลิตภัณฑ์ลูกประคบของกลุ่ม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพลอยทิพย์ หัสดีพันธุ์ และ รุจ ศิริสัญลักษณ์ (2564) ในเรื่อง การประกอบอาชีพเสริมเพื่อเพิ่มรายได้ของแม่บ้าน

เกษตรกร อำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน ว่าการประกอบอาชีพเสริมส่งผลให้แม่บ้านเกษตรกรมีความพึงพอใจกับการประกอบอาชีพเสริมนอกเหนือจากการทำการเกษตร แต่อย่างไรก็ตาม การประกอบอาชีพเสริมของแม่บ้านเกษตรกรยังคงมีความต้องการซึ่งเป็นปัญหาอุปสรรค ในเรื่อง การช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในเรื่องของการให้ความรู้ในด้านระบบการผลิตที่ครบวงจร ตลอดจนการช่วยเหลือแม่บ้านเกษตรกรในด้านการตลาด และการให้ความรู้ใน ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ของแม่บ้านเกษตรกร และสอดคล้องกับพิจิตรา นุชนุ่ม และ พัทธวิทย์ ศิริวงศ์ (2558) ในเรื่องการให้ความหมายและที่มาของความหมายกระบวนการออม ปัญหาและอุปสรรค ในการออมเงินตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ของข้าราชการองค์การบริหารส่วนจังหวัดกาญจนบุรี ผลการวิจัยพบว่า ความหมายจากการอบรมปลูกฝังนิสัยประหยัดมาจากครอบครัว สถานศึกษาตั้งแต่วัยเยาว์ และเป็นข้าราชการประจำที่มีรายได้มั่นคงแน่นอนสามารถวางแผนการใช้จ่ายรายได้อาจได้ โดยน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมา เป็นแนวทางในการออมเงินในรูปแบบต่างๆ

ในส่วนของรูปแบบการออม พบว่า สมาชิกในกลุ่มสตรีบ้านบึงยาง มีรูปแบบการออมแบบเก็บสะสมในรูปเงินสด และบัญชีเงินฝากประเภทต่างๆ ในสถาบันการเงิน (ธนาคาร, สหกรณ์อื่นๆ) สอดคล้องกับ นิชากร ชัยศิริ (2562) ที่กล่าวว่า พฤติกรรมการออมของประชาชน เป็นการออมโดยฝากธนาคาร และการออมโดยถือไว้เป็นเงินสด

แนวทางการเพิ่มรายได้ และสร้างรูปแบบการออมแก่กลุ่มสตรีบ้านบึงยาง ด้วยศาสตร์พระราชา พบว่า กระบวนการของศาสตร์พระราชาเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนตามหลักการทรงงาน เข้าใจ เข้าถึง พัฒนา นั้น ทำให้เข้าถึงกลุ่มสตรีบ้านบึงยาง ทราบในปัญหาที่เกิดขึ้น เข้าถึงการวิเคราะห์ปัญหาที่เป็นประเด็นหลักที่จะทำให้เกิดอาชีพเสริมรายได้ให้แก่สมาชิก และพัฒนาอาชีพเพิ่มรายได้ให้มีความยั่งยืนต่อไป

สรุปผลการวิจัย

การสร้างแนวทางการเพิ่มรายได้ และรูปแบบการออมที่เหมาะสม ผลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับแนวทางการเพิ่มรายได้ และรูปแบบการออม เพื่อกำหนดหลักสูตรการฝึกอบรมจากการลงพื้นที่เพื่อสำรวจความต้องการฝึกอบรมของสมาชิก

เพื่อเพิ่มรายได้ พบว่า มีความต้องการหลักสูตรที่เป็นแนวทางในการเพิ่มรายได้ คือ การทำลูกประคบ รองลงมาคือ นวดแผนโบราณ ผงสมุนไพรขัดผิว สบู่เหลวสมุนไพร น้ำมันวุ้นไพล และแชมพูสมุนไพร ครีมนวดผดสมุนไพร ตามลำดับ และมีความต้องการให้มีการอบรมความรู้เกี่ยวกับการทำลูกประคบให้ได้มาตรฐานเป็นที่ต้องการของตลาด และด้านข้อเสนอแนะเพิ่มเติมต่อการพัฒนากลุ่ม คือ ส่งเสริมให้มีรายได้เพิ่มเติมจากการนวดสมุนไพรแบบโบราณจากผลิตภัณฑ์ลูกประคบของที่กลุ่มเอง

ในส่วนของแนวทางรูปแบบการออม พบว่า สมาชิกในกลุ่มสตรีบ้านบึงยาง มีแนวทางรูปแบบการออมแบบเก็บสะสมในรูปเงินสด และบัญชีเงินฝากประเภทต่างๆ ในสถาบันการเงิน (ธนาคาร, สหกรณ์อื่นๆ)

ข้อเสนอแนะ

ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะต่อแนวทางการเพิ่มรายได้ และสร้างรูปแบบการออมแก่กลุ่มสตรีบ้านบึงยางด้วยศาสตร์พระราชามีประเด็นสำคัญๆ อยู่ 4 ประเด็นได้แก่

1. การสนับสนุนจากภาครัฐ ต้องการให้ภาครัฐช่วยสนับสนุนในเรื่องเงินทุนหมุนเวียน
2. ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ตัวอื่นๆ ให้ได้มาตรฐานมากขึ้น เพราะกลุ่มมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย เช่น ผงสมุนไพรขัดผิว แชมพูสมุนไพร เป็นต้น
3. ส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์จากกลุ่มเพื่อต่อยอดในการเพิ่มรายได้ให้มากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- นิชากร ชัยศิริ. (2562). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการออมของประชาชนในจังหวัดสงขลา* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต). มหาวิทยาลัยทักษิณ, สงขลา. สืบค้นจาก <http://grad.tsu.ac.th/>
- ณัฐอรียา สุขสุวรรณพร. (2553). *การสร้างอาชีพเสริมกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลอ่างศิลา จังหวัดชลบุรี* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต). มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ขอนแก่น.
- บลูเมาเทน. (2555). ความหมายของอาชีพเสริม. สืบค้นจาก <http://www.coffeemade.com/>

พงศา บุญชัยวัฒนโชติ. (2558). เข้าใจ - เข้าถึง - พัฒนา. สืบค้นจาก <http://hrmba-pongsa.blogspot.com/2015/09/3-2.html>

พระครูวิบูลสีลพรต. (2563). ศาสตร์พระราชากับพุทธวิถีในการพึ่งตนเองตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงของชุมชนแสงจันทร์ จังหวัดบุรีรัมย์. *วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร*, 8(2), 725-736. สืบค้นจาก <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/journal-peace/article/view/239559>

พลอยทิพย์ หัสดีพันธุ์ และ รุจ ศิริสัญลักษณ. (2564). การประกอบอาชีพเสริมเพื่อเพิ่มรายได้ของแม่บ้านเกษตรกรอำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน. *แก่นเกษตร* 45(ฉบับพิเศษ 1), 1490-1496.

พิจิตรา นุชนุ่ม และ พัทธพงศ์ ศิริวงศ์. (2558). การให้ความหมายและที่มาของความหมายกระบวนการออม ปัญหาและอุปสรรค ในการออมเงินตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของข้าราชการองค์การบริหารส่วนจังหวัดกาญจนบุรี. *Veridian E-Journal, Silpakorn University สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ*, 8(1), 398-415.

สถาบันพรหมวชิรญาณ คลินิกการแพทย์แผนไทย-จีน. (2566). การประคบสมุนไพร. ศูนย์พรหมวชิรญาณ คลินิกการแพทย์แผนไทย-จีน. สืบค้นจาก <https://www.promwachirayan.org/th/>

สรียา สุขชาติ. (2554). การพัฒนาชุมชนด้วยปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและสร้างชุมชนให้เป็นชุมชน. สืบค้นจาก <https://sites.google.com/site/bonus-sariya/prayoch-n-thi-di-rab/keiyw-kab-sers-kic-phx-pheiyng>

อานนท์ ศักดิ์วรวิชัย. (2560). เข้าใจ เข้าถึง พัฒนา: วิถีการแห่งศาสตร์พระราชากับการพัฒนาที่ยั่งยืน. สืบค้นจาก <https://sites.google.com/site/sastrphraracha2513/sastr-phra-racha>

แนวทางการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านท่าดีหมี่ อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย

The Development Guidelines of Tourism Management by Communities of Ban Tha Dee Mee, Chiang Khan District, Loei Province

ไทยโรจน์ พวงมณี¹ อิศริยาภรณ์ ชัยกุลลาภ² ศุภสิทธิ์ เจริญสุข³

Thairoj Phoungmanee¹ Itsariyaphon Chaikulap² Kotchasi Charoensuk³

Corresponding Author's Email: thai-roj@hotmail.com¹ zoxy04@hotmail.com² mtcomputer9@hotmail.com³

(Received: July 27, 2021; Revised: November 8, 2021; Accepted: November 14, 2022)

บทคัดย่อ

บทความนี้ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพในการศึกษา มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบริบทการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านท่าดีหมี่ และ 2) ศึกษาแนวทางการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านท่าดีหมี่ อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 35 คน ประกอบด้วย ผู้ใหญ่บ้าน กลุ่มการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน กลุ่มผู้ผลิตของที่ระลึก ราษฎรท้องถิ่น ตัวแทนภาครัฐ และตัวแทนชาวบ้าน ใช้การสัมภาษณ์ การประชุม และการศึกษาเอกสารเป็นเครื่องมือและวิธีการในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการศึกษาพบว่า

1. บ้านท่าดีหมี่เป็นหมู่บ้านโบราณที่ชาวบ้านมีการอพยพมาจากเมืองเวียงจันทน์ สปป.ลาว เป็นพื้นที่ที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวเดิมคือพระใหญ่และประเพณีท้องถิ่น เช่น การแข่งเรือประเพณี การประกอบพิธีกรรมสักการะเจ้าพ่อปากเหือง เริ่มมีการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ชัดเจนขึ้นในช่วงของพัฒนาชุมชนมีการจัดการท่องเที่ยวหมู่บ้าน OTOP นวัตกรรม ปี พ.ศ. 2562 โดยจัดเตรียมคนในชุมชนมาเป็นผู้นำการพัฒนา ประกอบด้วย ผู้ใหญ่บ้าน กลุ่มเกษตรกร และกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และมีการพัฒนาความรู้ด้านการจัดการท่องเที่ยว การเป็นผู้สื่อความหมาย อาหารและที่พัก โดยมีการจัดตั้งเป็นกลุ่มการจัดการท่องเที่ยวบ้านท่าดีหมี่ที่ชัดเจน

2. แนวทางการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านท่าดีหมี่ สามารถดำเนินการในรายละเอียดดังนี้ 1) การจัดตั้งกลุ่มการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน 2) การสร้างระบบพี่เลี้ยงโดยใช้นักศึกษาในสถาบันการศึกษาหรือที่อยู่ในองค์กรอื่นๆ 3) การสร้างเครือข่ายการเรียนรู้กับพื้นที่การท่องเที่ยวที่ดำเนินการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่อยู่ใกล้เคียง 4) การจัดกิจกรรมฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ และ 5) การศึกษาดูงานแหล่งท่องเที่ยวที่มีการบริหารจัดการโดยชุมชนที่ประสบความสำเร็จทั้งในเขตพื้นที่จังหวัดเลยและพื้นที่ใกล้เคียง

คำสำคัญ: การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน การท่องเที่ยวชุมชน

Abstract

This article was conducted by implementing qualitative research method and aimed: 1) to study the context of Tha Dee Mee tourism; and 2) to study the development guidelines of the tourism management by communities of Ban Tha Dee Mee, Chiang Khan District, Loei Province. The target group for data collection consisted of 35 informants who were a villager headman, a group of tourism management by community, a group of souvenir makers, local wisdom philosophers, representatives from government sectors and representatives of the villagers. The research tools

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชาทัศนศิลป์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

² อาจารย์ประจำสาขาวิชาดิจิทัลอาร์ต คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

³ อาจารย์ประจำสาขาวิชาดุริยางคศิลป์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

¹ Lecturer, Visual arts Program, Faculty of Humanities and Social Science, Loei Rajabhat University

² Lecturer, Digital Arts Program, Faculty of Humanities and Social Science, Loei Rajabhat University

³ Lecturer, Music Program, Faculty of Humanities and Social Science, Loei Rajabhat University

comprised interview, meeting and documentary review, whereas content analysis was used for data analysis. The results of the study were as follows.

1. Ban Tha Dee Mee is an old village where the villagers migrated from Vientiane, Laos P.D.R. The area was featured with tourism resources namely Phra Yai Skywalk, nature, and locally cultural arts including boat racing events, Chao Por Pak Huang Shrine, Karb Mark dish making group, community enterprise of fabric weaving group and agricultural product processing in community. The Tourism management was initially formed when the community development department started managing the village to be OTOP village of Nawatwiti in 2019 by assigning the community members to be the development leaders including village headman, and groups of agriculture and community enterprise. There was also tourism management development training for food interpreters and accommodations by apparently establishing a tourism group of Tha Dee Mee village.

2. The development guidelines of the tourism managements of Tha Dee Mee village were: 1) establishment of tourism management group by community; 2) creation of commentator system by the staff from educational institutes or in other organizations; 3) building learning network with tourism area managed by neighboring communities; 4) organizing workshop activities; and 5) a field trip study at tourist attractions successfully managed by the community both in Loei Province and nearby provinces.

Keywords: development of tourism management, tourism management by community, community

ความเป็นมาของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นสาขาการบริการที่มีบทบาทต่อการสร้างงานและสร้างรายได้ให้กับประเทศ จากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนเพิ่มขึ้น จึงทำให้ธุรกิจบริการและการผลิตสินค้ามีการขยายตัวตามความต้องการนักท่องเที่ยวไปด้วย และทำให้มีการเชื่อมโยงเครือข่ายธุรกิจ เช่น ธุรกิจโรงแรม ร้านอาหาร และบริษัทท่องเที่ยวเข้าด้วยกัน (พิศมัย จารุจิตติพันธ์, 2557) ส่วนการเข้ามาของนักท่องเที่ยวนั้นจะเอื้ออำนวยให้ผู้ประกอบการ และคนในท้องถิ่นมีรายได้จากการเป็นผู้ให้บริการที่พัก อาหาร ของที่ระลึก การขนส่ง และการเป็นผู้สื่อความหมายการท่องเที่ยวจะทำให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น (จันจิรา สุขบรรจง, 2559) การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวหนึ่งที่คนในชุมชนเป็นผู้ดำเนินการบริหารจัดการด้วยการใช้ทรัพยากรคนและพื้นที่มาขับเคลื่อนให้เกิดการท่องเที่ยวและมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาสัมผัสประสบการณ์เชิงคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชน สำหรับการพัฒนาพื้นที่การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้ประสบความสำเร็จนั้นมาจากปัจจัยเกี่ยวกับการเตรียมการจัดการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบที่เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนผ่านกิจกรรมการพัฒนาความรู้และ

ทักษะการจัดการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องและจริงจังให้กับบุคลากรที่เข้าร่วมดำเนินการ (ศิรินันท์ พงษ์รัตนันดร, โอษฐ์ญา บัวธรรม และ ชัชชญา ยอดสุวรรณ, 2559) ซึ่งผลการพัฒนาทำให้บุคลากรมีประสบการณ์ มีทักษะจัดการที่มีคุณภาพและมีมาตรฐานการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

บ้านท่าดีหมี อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลยเป็นชุมชนการท่องเที่ยวใหม่ที่มีทุนทางธรรมชาติและทุนทางวัฒนธรรมเฉพาะในปี พ.ศ. 2562 ถูกกำหนดให้เป็นหมู่บ้านท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี โดยภาครัฐได้เข้าไปพัฒนาความรู้ความเข้าใจและสร้างการรับรู้ด้านการท่องเที่ยวเพื่อเตรียมความพร้อมทั้งบุคคลและพื้นที่ให้มีศักยภาพด้วยการศึกษาและประเมินแหล่งท่องเที่ยว การเป็นเจ้าบ้านที่ดี การปฏิบัติการเป็นผู้สื่อสารและต้อนรับนักท่องเที่ยว เป้าหมายหลักคือการเป็นพื้นที่การท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและสามารถสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชนได้ (เมทยา อัมเอบ และ เยาวริดา รัตนพลแสน, 2562) อย่างไรก็ตามการมีส่วนร่วมของชุมชนด้วยการสร้างความร่วมมือร่วมใจกันจัดการพื้นที่ การค้นหากิจกรรมการท่องเที่ยว จัดหาสิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัยและข้อมูลข่าวสารสามารถทำให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงได้ง่าย (จันจิรา สุขบรรจง, 2559) นอกจากนี้ยังมีการร่วมกันกำหนดอัตลักษณ์

ของชุมชนที่ว่า “บ้านท่าดีมีดินแดนแห่งความศักดิ์สิทธิ์” โดยเห็นว่าพื้นที่บ้านท่าดีมีมีความสำคัญทางวิถีชีวิตและวัฒนธรรม โดยเห็นว่าเป็นโอกาสที่จะสร้างตัวตนของชุมชนผ่านการท่องเที่ยว

การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวบ้านท่าดีมีนั้นมีความหมายเพื่อให้กลุ่มการจัดการท่องเที่ยวมีความรู้ความเข้าใจและมีมาตรฐานการจัดการท่องเที่ยว โดยสภาพปัจจุบันยังต้องมีการพัฒนาศักยภาพด้านการบริหารจัดการ การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว ผู้สื่อความหมาย และการเป็นเจ้าบ้านที่ดี ส่วนปัญหาที่มีการค้นพบคือการขาดรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่เป็นรูปธรรม (พระมหาจิณณวัตร สุจิณฺโณ (กันยาประสิทธิ์), 2564) การขาดความรู้ความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวสำหรับแนะนำนักท่องเที่ยว (ภัทราพร แก้วเพชร, วรดา แก้วเพชร และ วิสัยพร ยาชามบ้อม, 2564) การขาดทักษะการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่มีมาตรฐาน ซึ่งจำเป็นต้องพัฒนาร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่มีส่วนได้ส่วนเสียให้เข้ามาช่วยวางแผน กำหนดยุทธศาสตร์ และกิจกรรมการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐาน (เมทยา อิมเอิบ และ เยาวริดา รัตนพลแสน, 2562) การปรับปรุงพื้นที่และทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความพร้อมต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้มีคุณภาพและเกิดอย่างยั่งยืน (เบญจมาศ ณ ทองแก้ว, อำนาจ รักษาพล, จุฑามาส เพ็งโคณา และ บุญศิลป์ จิตตะประพันธ์, 2560) ซึ่งหมู่บ้านท่องเที่ยวที่ดำเนินการโดยคนในชุมชนที่ประสบความสำเร็จมักเริ่มต้นด้วยการพัฒนาคนด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมเพื่อให้การจัดการท่องเที่ยวมีความยั่งยืน ส่วนผลพัฒนานั้นจะสร้างความแปลกใหม่ให้นักท่องเที่ยวสนใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวตามรูปแบบที่ชุมชนกำหนดขึ้น (พัชรินทร์ จีประเวศ, 2560) โดยเฉพาะการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่จะช่วยสร้างความรู้และประสบการณ์เชิงคุณค่าให้กับนักท่องเที่ยว

จากที่กล่าวมาการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนจึงมีความสำคัญที่ทำให้ชุมชนมีรายได้จากการเข้ามาดำเนินการสามารถบริหารจัดการท่องเที่ยวได้อย่างเต็มความสามารถทั้งด้านการเป็นเจ้าบ้านที่ดี การเป็นผู้สื่อสารการท่องเที่ยว จากการศึกษาพบว่าการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านท่าดีมียังขาดความเป็นระบบ รวมถึงบุคคลากรยังขาดทักษะและ

ประสบการณ์ในการจัดการท่องเที่ยว ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาแนวทางการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนสำหรับการนำไปเสนอต่อหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ที่มีบทบาทในการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้มีศักยภาพต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบทการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านท่าดีมี อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย
2. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านท่าดีมี อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประเภทของการวิจัย

ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพในการศึกษาและดำเนินการวิจัย

2. **กลุ่มเป้าหมาย** เป็นตัวแทนหน่วยงานภาครัฐและชุมชน จำนวน 35 คน ดังนี้ ผู้ใหญ่บ้าน ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน ครูอาจารย์ ตัวแทนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ตัวแทนกลุ่มกาบหมาก กลุ่มทอผ้า กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วย กลุ่มผู้ผลิตชาดีหมี เจ้าอาวาส กลุ่มเกษตรกรได้มาโดยวิธีการเจาะจง โดยพิจารณาจาก 1) การมีบทบาทในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวของชุมชน 2) การเป็นสมาชิกกลุ่มการจัดการท่องเที่ยว 3) การเป็นปราชญ์ชุมชนที่มีความรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมและสามารถสื่อสารทางการท่องเที่ยวได้ และ 4) ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐที่ช่วยหนุนเสริมชุมชนการท่องเที่ยว

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยใช้เครื่องมือและวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้ 1) แบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง มีประเด็นการถามและการตอบที่เชื่อมโยงสู่การถามในเชิงลึกได้ 2) การสนทนากลุ่ม มีประเด็นแนวทางการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน และ 3) การประชุมค้นหาทรัพยากรการท่องเที่ยว และการวิเคราะห์ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวชุมชน

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยการประสานงานกับผู้นำชุมชนและกลุ่มเป้าหมาย มีขั้นตอนดังนี้ 1) การสัมภาษณ์บริบทพื้นที่การท่องเที่ยวและการจัดการ

ท่องเที่ยวโดยชุมชน มีผู้เข้าร่วมจำนวน 13 คน 2) การประชุม การสะท้อนภาพปัญหาการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีผู้เข้าร่วมจำนวน 15 คน 3) การประชุมระดมความคิดปัจจัย การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีผู้เข้าร่วมจำนวน 12 คน 4) การประชุมระดมความคิดเห็นหาแนวทางการจัดการ ท่องเที่ยว มีผู้เข้าร่วมจำนวน 9 คน 5) การประชุมค้นหา แนวทางพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว มีผู้เข้าร่วมจำนวน 7 คน และ 6) การประชุมคืนข้อมูลและการตรวจสอบข้อมูลจากแนว ทางการพัฒนาจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีผู้เข้าร่วมจำนวน 13 คน

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลจากการเก็บรวบรวมข้อมูลมาจัด ระเบียบโดยการแยกเป็นประเด็นดังนี้ บริบทพื้นที่ ทฤษฎีการ การท่องเที่ยว สภาพการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน การวิเคราะห์ SWOT analysis, TOWS matrix และการค้นหา แนวทางการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ผลการวิจัย

1. บริบทพื้นที่และการจัดการท่องเที่ยว

1.1 บริบทพื้นที่บ้านท่าดีหมี

บ้านท่าดีหมีมีอายุกว่า 200 ปี ดังที่มีการบันทึกว่า มีชนกลุ่มหนึ่งได้อพยพมาจากแขวงไชยะบุรี มาตั้งบ้านเรือน อยู่ริมแม่น้ำเหืองตรงบริเวณปากห้วยตม ต่อมาเกิดโรคระบาด ผู้คนล้มตายเป็นจำนวนมาก จึงได้อพยพตามลำน้ำเหือง โดยมีนายฮ้อย สุขะ นายทองสี นายทิศแสงเป็นผู้นำเดินบุกป่า ลงมาทางใต้ ประมาณ 3 กิโลเมตร มาพบป่าใหญ่ดงมะไฟโดย เห็นว่าเหมาะสม จึงได้ลงหลักปักฐานและตั้งหมู่บ้านขึ้น มีการ สร้างทางลงไปแม่น้ำเหือง เพื่อทำเป็นท่าน้ำ โดยบริเวณท่าน้ำ นั้น มีต้นดีหมีกระจายอยู่ทั่วบริเวณ ชาวบ้านเห็นว่าเป็น สมุนไพร จึงเก็บเปลือกต้นดีหมีไปต้มกินเป็นยารักษาโรค

บ้านท่าดีหมีเป็นหมู่บ้านชายแดนได้รับการพัฒนา หมู่บ้านจากหน่วยความมั่นคง (นพค. 23) มีกิจกรรมพัฒนา ระหว่างปี พ.ศ. 2542 - 2545 โดยกองทัพภาคที่ 2 ได้ สนับสนุนงบประมาณก่อสร้างพระใหญ่เพื่อเป็นศูนย์รวมจิตใจ คนในพื้นที่บริเวณเป็นปากแม่น้ำเหืองที่ไหลมาสมทบกับ แม่น้ำโขงทำให้เกิดปรากฏการณ์แม่น้ำสองสี โดยชาวบ้านใช้น้ำในแม่น้ำเหืองสำหรับการอุปโภคบริโภค การประมง และ

เกษตรกรรม ส่วนแม่น้ำโขงชาวบ้านใช้ประโยชน์ด้าน การประมง (สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดเลย, 2561)

ชุมชนบ้านท่าดีหมีได้มีการรวมกลุ่มบุคคลเข้ามา ดำเนินการการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งมีการส่งเสริมและ สนับสนุนจากภาครัฐในและนอกพื้นที่ พร้อมกับการกำหนด บทบาทหน้าที่ ได้แก่ 1) นายเจษฎาภรณ์ สอนเสียง ตำแหน่ง ผู้ใหญ่บ้าน 2) นายชำนาญ แก้วเกษร ตำแหน่ง ผู้ช่วย ผู้ใหญ่บ้าน 3) นายจันทน์ สุมา ตำแหน่ง ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน 4) นายไพศาล สอนเสียง ตำแหน่ง ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน 5) นาย ฉลองชัย สีดาพิมพ์ ตำแหน่ง สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบล 6) นายสุพร แก้วเกษร ตำแหน่ง สมาชิกองค์การบริหารส่วน ตำบล 7) นายศรารักษ์ บรรพชาติ 8) ด.ต.บุญเรือง สีดาพิมพ์ 9) นายหมุข โพชัย 10) นายอัมพร พรหมสาส์น ส่วนกลุ่ม ปรชาญท้องถิ่น ได้แก่ 1) นายเด่น ทนุราช พิธีกรรมทางศาสนา 2) นายประดิษฐ์ สีทัน โหราศาสตร์ 3) นายแนน พรหมสาส์น พิธีกร 4) นายแว อุทาพร ปรชาญสมุนไพรพื้นบ้าน 5) นาย ทองมา พรหมดี สะเดาะเคราะห์ไสยศาสตร์ และกลุ่มนักร้องเรื่อง ชุมชน ได้แก่ 1) น.ส.วราภรณ์ ตันชาบุตร และ 2) ด.ต.บุญเรือง สีดาพิมพ์

1.2 วิเคราะห์ SWOT analysis พื้นที่การท่องเที่ยว

1.2.1 จุดแข็งของพื้นที่ มีดังนี้ 1) มีประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่ชัดเจน 2) คนในชุมชนมีการพัฒนา ศักยภาพด้านการท่องเที่ยว 3) มีความหลากหลายทาง วัฒนธรรม 4) มีถาวรวัตถุทางศาสนาและความเชื่อท้องถิ่น ที่มีคุณค่า เช่น พระใหญ่และศาลเจ้าพ่อปากเหือง 5) มีพื้นที่ ติดกับ สปป.ลาว โดยมีแม่น้ำเหืองและแม่น้ำโขงขวางกั้นและ มาบรรจบกันจนเกิดปรากฏการณ์แม่น้ำ 2 สี 6) มีการสร้าง สกายวอร์คบนพื้นที่เดียวกับพระใหญ่ 7) หน่วยงานภาครัฐ และเกษตรกรรมร่วมมือกันพัฒนาพื้นที่เป็นพื้นที่การเรียนรู้และ การท่องเที่ยว 8) มีด้านมิตรภาพในการซื้อขายผลผลิตและ สินค้า 9) มีต้นดีหมีที่เป็นต้นกำเนิดชื่อหมู่บ้าน และชุมชน นำไปพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ชาดีหมี และ 10) มีภูมิปัญญา ท้องถิ่นหลากหลาย

1.2.2 จุดอ่อนของพื้นที่ มีดังนี้ 1) คนในชุมชนขาด การเตรียมความพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงพื้นที่ไปสู่พื้นที่ การท่องเที่ยว 2) ยังไม่มีป้ายและสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว และ 3) ขาดการบริหารจัดการบุคคลและพื้นที่การท่องเที่ยว

1.2.3 อุปสรรค มีดังนี้ 1) การเปลี่ยนทัศนคติคนในชุมชนไปสู่หมู่บ้านการท่องเที่ยวค่อนข้างยากเนื่องจากไม่คุ้นเคยกับวัฒนธรรมการท่องเที่ยวใหม่ และ 2) คนในพื้นที่ส่วนใหญ่ยังดำเนินชีวิตแบบสงบและมีความเชื่อดั้งเดิม

1.2.4 โอกาสของพื้นที่ มีดังนี้ 1) มีภาครัฐและสถาบันการศึกษาเข้ามาส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยว และ 2) มีการประชาสัมพันธ์การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของสื่อมวลชนทั้งในและนอกจังหวัด

1.3 การวิเคราะห์ TOWS matrix

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ TOWS matrix พื้นที่การท่องเที่ยว

	จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)
โอกาส (Opportunity)	กลยุทธ์เชิงรุก (SO) มีทรัพยากรการท่องเที่ยว (S1-3-5-8-9) และบุคลากรเข้ารับการพัฒนาศักยภาพ และมีหน่วยงานภาครัฐเข้ามาส่งเสริมสนับสนุน (O1)	กลยุทธ์เชิงการแก้ไข (WO) ชุมชนขาดการปรับตัวไปสู่การเป็นเจ้าบ้านการท่องเที่ยว ยังคงดำเนินชีวิตแบบเดิมๆ (W1) ขาดความเข้าใจในการบริหารจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่ (W3) แต่มีภาครัฐและเอกชนพร้อมที่จะเข้าไปช่วยส่งเสริมและพัฒนา (O1)
อุปสรรค (Threat)	กลยุทธ์เชิงการป้องกัน (ST) ชุมชนขาดการเตรียมความพร้อมด้านการท่องเที่ยว (T1) มีภาครัฐและเอกชนพร้อมเข้าไปส่งเสริมการจัดกิจกรรมให้ความรู้ด้านการท่องเที่ยว (S7)	กลยุทธ์เชิงรับ (WT) ขาดป้ายสื่อความหมายที่ชัดเจนในชุมชน (W2) หน่วยงานภาครัฐและเอกชนพร้อมเข้าไปช่วยส่งเสริมและพัฒนา (S7)

1.3.1 บริบทของการท่องเที่ยว

บ้านท่าดีหมีเป็นหมู่บ้าน OTOP นวัตกรรม ที่เพิ่งเปิดรับนักท่องเที่ยวมาเพียง 6 ปี โดยมีนายเชษฐาภรณ์ สอนเสียง ผู้ใหญ่บ้านหมู่ที่ 4 จัดตั้งกลุ่มพัฒนาการท่องเที่ยวเมื่อปี พ.ศ. 2559 โดยเห็นว่ามีนักท่องเที่ยวมาเที่ยว

ภูพระใหญ่มากมาย จึงต้องการสร้างรายได้ด้วยการบริการรถรับส่งนักท่องเที่ยวให้กับชาวบ้าน ดังนั้นการพัฒนาพื้นที่เป็นจุดท่องเที่ยวที่ชัดเจน ถือว่าเป็นความคาดหวังของชุมชนอย่างมาก เพราะจะส่งผลต่อการสร้างรายได้ให้กับชาวบ้านและการสร้างเศรษฐกิจให้กับจังหวัดเลย โดยมีจุดการเรียนรู้และการท่องเที่ยวเช่น พื้นที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าฝ้ายพื้นบ้าน กลุ่มผลิตชาดีหมี กลุ่มสลัดผลไม้สดที่ระลึก พื้นที่ศึกษาบ้านโบราณอายุกว่า 80 ปี พื้นที่ริมแม่น้ำเหือง และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์กาบหมาก ซึ่งกลุ่มการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้นมีการสร้างสโลแกนหมู่บ้านการท่องเที่ยวว่า “ไหว้พระดังเดิม ชมบ้านโบราณ จิบชาดีหมี กินผลไม้ปลอดสารพิษ” สำหรับจุดขายในพื้นที่การท่องเที่ยวบ้านท่าดีหมีคือ “อาบน้ำโขงก่อนใครในแดนอีสาน”

1.3.2 วิเคราะห์ปัจจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยใช้แนวคิดการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีรายละเอียดดังนี้

1) ด้านบุคลากร มีดังนี้ (1) ขาดความรู้การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (2) หน่วยงานภาครัฐไม่สามารถเชื่อมโยงบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบให้กับชุมชนได้ (3) ชุมชนสื่อสารทรัพยากรการท่องเที่ยวในรูปแบบของชาวบ้านเอง และ (4) มีการรวมกลุ่มกันเพื่อการบริหารจัดการด้านการจัดการท่องเที่ยว

2) ด้านการบริหารจัดการ มีดังนี้ (1) มีการตั้งกลุ่มการจัดการท่องเที่ยว และมีการกำหนดบทบาทหน้าที่ชัดเจน (2) ไม่มีการดำเนินการคิดราคาการท่องเที่ยวแบบเที่ยวเฉพาะจุดหรือเชื่อมโยงหลายจุด หรือการท่องเที่ยวแบบพักค้างคืน (3) ไม่มีการระดมทุนชุมชนมาสนับสนุนการจัดการท่องเที่ยว (4) ไม่มีการวิเคราะห์ปัจจัยเสี่ยงจากการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน และ (5) มีการเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวและจัดการเส้นทางการท่องเที่ยวในหมู่บ้าน

3) ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวมีดังนี้ (1) มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอัตลักษณ์และมีคุณค่า (2) ขาดการวิเคราะห์ศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยว และ (3) ชุมชนมีส่วนร่วมจัดการความรู้ทรัพยากรการท่องเที่ยวในแต่ละแหล่ง และมีการบันทึกข้อมูลไว้อย่างเป็นลายลักษณ์อักษร

4) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว มีดังนี้ (1) เข้าถึงง่าย สะดวก ปลอดภัย และ (2) มีการเตรียมพื้นที่ไว้จอดรถและยานพาหนะ

5) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว มีดังนี้ (1) มีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิต เช่น การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร การชงชาดีหมี่ และการอาบน้ำในแม่น้ำโขง และ (2) มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เชื่อมต่อประสบการณ์ทางสุนทรียภาพ

6) ด้านความปลอดภัย มีดังนี้ (1) มีผู้รับผิดชอบดูแลความสงบและความปลอดภัย และ (2) สาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า ถนนหนทางมีความสะดวกและมีแสงส่องสว่าง

7) ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน มีดังนี้ คนในชุมชนมีส่วนร่วมพัฒนาเป็นหมู่บ้านการท่องเที่ยว

1.4 บริบทของทรัพยากรการท่องเที่ยว

1.4.1 แหล่งท่องเที่ยวศาสนาและความเชื่อท้องถิ่น

1) พระพุทธรูปนันทมณฑลลีลาทวินคราภิรักษ์ (พระใหญ่คอกจิว) ตั้งอยู่บนภูคอกจิว ประทับยืนปางลีลา ประทานพร สูง 19 เมตร ฐานกว้าง 7.2 เมตร หล่อด้วยไฟเบอร์ไฟสมเรซินสีทอง ส่วนพระเกศบรรจุพระบรมสารีริกธาตุ สร้างโดยกองทัพภาคที่ 2 และประชาชนเพื่อถวายเป็นพระราชกุศลเนื่องในวโรกาสมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษาพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวครบ 6 รอบ และมหามงคลแห่งราชพิธีอภิเษก ครบ 50 ปี เมื่อปี พ.ศ. 2542 - 2544

2) ศาลเจ้าพ่อปากเหือง ตั้งอยู่เชิงเขาภูคอกจิวติดกับฝั่งแม่น้ำโขงด้านทิศตะวันออก คนในพื้นที่เชื่อว่าตนเป็นลูกหลานเจ้าพ่อปากเหือง เดิมเป็นศาลไม้ยกพื้น แต่ปรับปรุงให้เป็นอาคารคอนกรีตยกพื้น และมีศาลเพียงตาขนาดเล็กหลายหลัง สร้างขึ้นให้เป็นที่พักพิงของวิญญาณเจ้าพ่อเจ้าแม่ที่เป็นบิ๊ว (ธีระวัฒน์ แสนคำ และ สุรพงษ์ ศาลางาม, 2560)

1.4.2 แหล่งท่องเที่ยวเกษตรกรรม

1) กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกพุทราพันธุ์น่านมสายพันธุ์ Jujube honey จากไต้หวัน กับพุทราพันธุ์ดอกพิเศษจากประเทศอินเดียมาผสมผสานกัน กลุ่มจัดการพื้นที่เพื่อเป็นแหล่งการเรียนรู้และการท่องเที่ยวของชุมชน

2) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิตทางเกษตรบ้านท่าดีหมี่ เช่น แปรรูปกล้วยหอมจันทร์เป็นกล้วยกรอบเค็ม กล้วยเบรคแตก และกล้วยสุกทอด แปรรูปแย้มมะม่วง และสับปะรด

3) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตชาดีหมี่ แปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพ มีสรรพคุณดังนี้ ขับเหงื่อ ลดความดันโลหิตสูง อาการชา โรคเบาหวาน และไตพิการ

4) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ใช้ด้ายเป็นวัสดุสำหรับการทอผ้าขาวม้าและผ้าซิ่นมัดหมี่

5) กลุ่มผลิตภัณฑ์งานกาบหมาก ได้รับงบประมาณซื้อเครื่องปั๊มจากจังหวัดเลย โดยกลุ่มส่งกาบหมากมาจากนอกพื้นที่ โดยต้องการลดปริมาณขยะในพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงคาน ระยะแรกลดขยะได้ 30%

1.4.3 แหล่งท่องเที่ยวศิลปกรรม

1) บ้านโบราณ มีอายุกว่า 80 ปี โครงสร้างเป็นไม้ ลักษณะบ้านยกสูง ฝาบ้านขัดแตะด้วยไม้ไผ่ พื้นปูด้วยไม้แผ่นเนื้อแข็ง ตัวเรือนใช้การยึดไม้ด้วยลิ้ม มีการแบ่งพื้นที่เป็นห้องนอน ห้องครัวที่อยู่นอกบ้าน โดยมีระเบียงเชื่อมต่อ

2) วัดจอมมณี ตามตำนานกล่าวว่า เจ้าพ่อองค์หลวง เจ้าเมืองปากเหืองเป็นชาวจีนฮ่อ อพยพครอบครัวข้ามขบวนเรือมาตามแม่น้ำโขงนำพระพุทธรูปมา 3 องค์ คือ (1) พระตนหลวง (2) พระเสี้ยง และ (3) พระแย้ม โดยมีหีบคัมภีร์โบราณมาด้วย เมื่อมาถึงบริเวณ “คกเวินทอง” น้ำไหลเชี่ยวทำให้เรือล่ม ข้าราชการบริวารจึงหยุดเดินทางและสร้างบ้านเรือนที่บริเวณปากน้ำเหือง จึงได้ตั้งชื่อว่า “เมืองบุญนคร” ต่อมาเกิดสงคราม เจ้าเมืองถูกประหารชีวิต ส่วนอีกตำนานเล่าว่า ปี พ.ศ. 2454 มีชาวบ้านอพยพมาตั้งหลักแหล่งริมแม่น้ำโขงโดยนำพระเสี้ยงและพระแย้มมาด้วย มีพระพุทธรูปชื่อ อาญา ชาพล มาพบและเห็นว่าเป็นพระพุทธรูปโบราณ จึงศรัทธาได้พาชาวบ้านมาร่วมสร้างวัดเพื่อระลึกถึงท้าวจุลมนี เจ้าเมืองปากเหือง จึงตั้งชื่อว่า “วัดจุลมนี” และเปลี่ยนเป็น “วัดจอมมณี” ภายในวัดประกอบด้วย (1) พระเสี้ยงพระแย้มเป็นพระพุทธรูปโบราณสมัยเชียงแสน เนื้อสำริดปางมารวิชัย หน้าตักกว้าง 62 ซม. สูง 111 ซม. และ (2) คัมภีร์โบราณโบราณ ที่จารด้วยอักษรไทยน้อย โดยเก็บรวบรวมไว้ในตู้พระธรรม

3) สกายวอร์ค อยู่บนภูคอกจิวห่างจากแม่น้ำโขงประมาณ 80 เมตร มีความยาว 100 เมตร และความกว้าง 2 เมตร ส่วนทางเดินปูด้วยกระเบื้อง

1.4.4 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีดังนี้

1) ภูพระใหญ่ เดิมเป็นตั้งฐานปฏิบัติการของทหาร เป็นพื้นที่สูง มองเห็นทิวทัศน์ทั้งฝั่งไทยและฝั่งลาวบริเวณเมืองไชยบุรี และจุดเชื่อมต่อของแม่น้ำโขงที่ไหลมาจากเมืองหลวงพระบางกับแม่น้ำเหือง จนเป็นแม่น้ำ 2 สี มีสกายวอร์คอยู่บนพื้นที่เปิดให้บริการกับนักท่องเที่ยว

2) แม่น้ำเหืองกั้นพรมแดนธรรมชาติระหว่างไทยกับสปป.ลาว มีต้นทางมาจากอำเภอนาแห้ว ไหลลงแม่น้ำโขงที่บ้านท่าดีหมี มีความยาว 130 กิโลเมตร อยู่ในเขตประเทศไทย 20 กิโลเมตร กั้นพรมแดนไทยกับ สปป.ลาว 110 กิโลเมตร

1.5 วิเคราะห์ศักยภาพบุคลากร

1.5.1 จุดแข็ง มีดังนี้ 1) มีความมุ่งมั่นตั้งใจพัฒนาให้เป็นพื้นที่การท่องเที่ยว 2) มีข้อมูลและความรู้เกี่ยวกับทรัพยากรการท่องเที่ยว และ 3) มีการตั้งกลุ่มการจัดการท่องเที่ยว

1.5.2 จุดอ่อน มีดังนี้ 1) ขาดทักษะการบริหารจัดการกลุ่มการจัดการท่องเที่ยว 2) ไม่มีทักษะการเป็นผู้สื่อสารเรื่องราวทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต และ 3) ขาดประสบการณ์การต้อนรับนักท่องเที่ยวและการเป็นเจ้าบ้านที่ดี

1.5.3 อุปสรรค มีดังนี้ สถานการณ์โรคติดต่อโควิด 19 และสภาพทางเศรษฐกิจที่ผันผวน

1.5.4 โอกาส มีดังนี้ 1) หน่วยงานภาครัฐพร้อมสนับสนุนงบประมาณพัฒนาพื้นที่การท่องเที่ยว และ 2) สถาบันการศึกษาและภาครัฐพร้อมเข้ามาส่งเสริมศักยภาพด้านการจัดการท่องเที่ยว

1.6 การวิเคราะห์ TOWS matrix

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ TOWS matrix ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยว

	จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)
โอกาส (Opportunity)	กลยุทธ์เชิงรุก (SO) ชุมชนมีบุคลากรที่มีความรู้ด้านการท่องเที่ยว (S1) ชุมชนช่วยกันพัฒนาพื้นที่ (S2) มีการตั้งกลุ่มการจัดการท่องเที่ยว (S3)	กลยุทธ์เชิงการแก้ไข (WO) บุคลากรการท่องเที่ยวขาดทักษะการบริหารจัดการ (W1) และขาดประสบการณ์การสื่อสารทางวัฒนธรรม (W2) โดยสถาบันการศึกษา

	จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)
	โดยมีภาครัฐและเอกชนพร้อมเข้าไปส่งเสริมความรู้ (O1, O2)	พร้อมลงพื้นที่ไปจัดกิจกรรมการพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยว (O2)
อุปสรรค (Threat)	กลยุทธ์เชิงการป้องกัน (ST) สถานการณ์โรคติดต่อโควิด 19 ส่งผลต่อการรวมกลุ่มกันพัฒนาศักยภาพ (T1) กลุ่มจึงต้องหาวิธีการพัฒนารูปแบบการสื่อสารและการเรียนรู้ใหม่ๆ เพื่อการพัฒนาศักยภาพทั้งบุคคลและพื้นที่ (S1)	กลยุทธ์เชิงรับ (WT) ขาดทักษะการบริหารจัดการ (W1) การสื่อสารการท่องเที่ยว (W2) การต้อนรับนักท่องเที่ยว (W3) สามารถพัฒนาศักยภาพผ่านการประชุมโดยช่องทางออนไลน์ ซึ่งเป็นแนวทางหนึ่ง ในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจากสถานการณ์โรคติดต่อ (T1)

2. แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน
ผลการประชุมได้มีการจัดลำดับความสำคัญดังนี้

2.1 การฝึกอบรมทักษะเชิงปฏิบัติการจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ดังนี้ 1) ด้านการบริหารจัดการกลุ่มการท่องเที่ยว 2) ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน 3) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว 4) ด้านการเป็นผู้สื่อความหมายการท่องเที่ยว 5) ด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารการท่องเที่ยว 6) ด้านการพัฒนาของที่ระลึกและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

2.2 การศึกษาดูงานแหล่งท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จในพื้นที่และนอกพื้นที่

2.3 การสร้างเครือข่ายการเรียนรู้และการท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จที่อยู่ใกล้เคียง

2.4 การพัฒนาและสร้างระบบพี่เลี้ยงโดยใช้บุคลากรจากสถาบันการศึกษาหรือหน่วยงานภาครัฐที่มีศักยภาพและมีประสบการณ์ด้านการจัดการท่องเที่ยวมาให้คำแนะนำและแนวทางการดำเนินการแก่บุคลากร

2.5 การจัดตั้งกลุ่มการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยมีผู้ใหญ่บ้านเป็นประธาน รวมทั้งมีเครือข่ายในชุมชนและนอกชุมชนเข้าร่วม

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านท่าดีหมี่ อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย มีประเด็นการอภิปรายดังนี้

1. **บริบทการท่องเที่ยวบ้านท่าดีหมี่** พบว่าบ้านท่าดีหมี่มีการตั้งกลุ่มการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนขึ้นมา มีเป้าหมายเพื่อการใช้พื้นที่ วิถีชีวิตและวัฒนธรรมมาสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน มีผู้ใหญ่บ้านเป็นผู้นำกลุ่มที่สามารถเชื่อมโยงและสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ ให้เข้ามาส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ช่วยพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้มีมาตรฐานขึ้น เช่น พื้นที่ในหมู่บ้านที่มีวัดจอมมณี กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าหรือแปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่มีศักยภาพ และจุดชมทิวทัศน์บนภูคกั๊วที่มีพระใหญ่และสกายวอร์คเป็นจุดดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว โดยคนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการจัดการท่องเที่ยวด้วย พิศมัย จารุจิตติพันธ์ (2557) กล่าวว่าหมู่บ้านที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวมีศักยภาพย่อมทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาสัมผัสและเรียนรู้คุณค่าใหม่ และความเป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่น ส่วน ปรัชญากรณ์ไชยคช, ดวงธิดา พัฒโน, ธนภฤช สุวรรณ, นกุล ชื่นพัก และ วรลักษณ์ ลลิตศศิวิมล (2558) กล่าวว่า ศักยภาพทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่มีความโดดเด่นจะทำให้นักท่องเที่ยวต้องการเข้ามาเรียนรู้และมีประสบการณ์ร่วม ส่วนศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของบ้านท่าดีหมี่นั้นมีการจัดตั้งกลุ่มและดำเนินการแล้วอย่างเป็นรูปธรรม ด้วยรูปแบบการดำเนินการเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนที่มีคนหลากหลายวัยเข้ามาร่วมเป็นสมาชิกและร่วมปฏิบัติงาน แต่ยังคงขาดความรู้เชิงลึกจึงต้องการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างต่อเนื่องทั้งมิติการบริหารจัดการ บุคลากร การเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกเข้าไปในพื้นที่ อย่างไรก็ตามกระบวนการจัดการท่องเที่ยวของกลุ่มการจัดการท่องเที่ยวมีความชัดเจนก็จะทำให้พื้นที่การท่องเที่ยวบ้านท่าดีหมี่นั้นมีความโดดเด่นและเป็นระบบมากขึ้น ดังที่ เบญจมาศ ณ ทองแก้ว และ คณະ (2560) ให้แนวทางว่า กลุ่มการจัดการท่องเที่ยวต้องจัดการด้านการใช้ประโยชน์แหล่งท่องเที่ยวให้ชัดเจนตามหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

2. แนวทางการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว

โดยชุมชนบ้านท่าดีหมี่ พบว่า ต้องมีการพัฒนาศักยภาพด้านการบริหารจัดการ การเป็นผู้สื่อความหมาย การเป็นผู้จัดกิจกรรมการท่องเที่ยว การสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ ผ่านการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อให้มีทักษะการปฏิบัติงานอย่างมีคุณภาพได้มาตรฐานการจัดการท่องเที่ยว โดยเฉพาะด้านกระบวนการจัดการท่องเที่ยว สอดคล้องกับ นิสากร ยินดีจันทร์, ฐิพัฒน์ แก้วตาธนวัฒนา และ สันดุสิตธิ์บริวงษ์ตระกูล (2564) ที่กล่าวว่า การพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวต้องพัฒนาทุกด้าน ประกอบด้วยด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสมกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว กลุ่มเป้าหมาย ส่วน ภัทราพร แก้วเพชร และ คณະ (2564) กล่าวว่า การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่เป็นกระบวนการทั้งกิจกรรมการท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์ บุคลากร ราคา และสิ่งแวดล้อมล้วนเป็นความคาดหวังของนักท่องเที่ยว สำหรับ บุษกร สุขแสน และ กฤตติกา แสนโภชน (2561) ปรัชญากรณ์ไชยคช และ คณະ (2558) กล่าวว่า กระบวนการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้นกลุ่มต้องดำเนินการอย่างเป็นระบบ เช่นบุคลากรต้องมีทักษะการบริการและการสื่อสารที่ดี และมีอัตลักษณ์ โดยที่กลุ่มการจัดการท่องเที่ยวนั้นต้องมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องทั้งจากคนในชุมชนและภาครัฐที่มีบทบาทหนุนเสริมเพื่อก้าวไปสู่ความมีมาตรฐานขึ้น ส่วนปัจจัยความสำเร็จของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้นต้องเริ่มจากกลุ่มคนที่มีศักยภาพเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ มีการกำหนดที่ปรึกษาและมีการเชื่อมโยงเครือข่ายการท่องเที่ยวในและนอกพื้นที่ (เบญจมาศ ณ ทองแก้ว และ คณະ, 2560) โดยเฉพาะภาครัฐ ที่มีบทบาทพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยว เช่น การบริหารจัดการบุคลากรที่นำไปสู่การจัดการท่องเที่ยว โดยชุมชนอย่างยั่งยืน (หนึ่งหทัย ขอมกลาง และ กันตภณ แก้วสง่า, 2560) นอกจากนี้ยังต้องช่วยกลุ่มการจัดการท่องเที่ยวทำการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดเลย หรือพื้นที่ใกล้เคียง หรือการสร้างความร่วมมือกับเครือข่ายให้เข้ามาช่วยเป็นพี่เลี้ยง เพื่อประโยชน์ที่จะได้รับคือศักยภาพชุมชนการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (นิสากร ยินดีจันทร์, ฐิพัฒน์ แก้วตาธนวัฒนา และ สันดุสิตธิ์ บริวงษ์ตระกูล, 2564)

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ด้วยเครื่องมือและวิธีการดังนี้ การสัมภาษณ์ การประชุม และการศึกษาเอกสาร วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการศึกษาพบว่า บ้านท่าดีหมีเป็นหมู่บ้านการท่องเที่ยวใหม่ที่น่าสนใจประวัติศาสตร์วิถีชีวิตและวัฒนธรรมมาเป็นจุดขาย มีการจัดตั้งกลุ่มการจัดการท่องเที่ยวขึ้นมาเพื่อให้คนในชุมชนเข้ามาเป็นสมาชิกและร่วมบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม โดยมีการพัฒนาศักยภาพสมาชิกกลุ่มผ่านหน่วยงานภาครัฐ ส่วนแนวทางการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนพบว่า ภาครัฐและเอกชนในพื้นที่และนอกพื้นที่ต้องเข้าไปอบรมเสริมสร้างศักยภาพ และต้องมีการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวในพื้นที่และนอกพื้นที่ นอกจากนี้ยังต้องศึกษาดูงานพื้นที่การท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จด้วย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านท่าดีหมีนั้น ภาครัฐที่เกี่ยวข้องสามารถนำรูปแบบการพัฒนาผ่านการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการและการเป็นพี่เลี้ยงเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจในการปฏิบัติการลักษณะโคชซึ่งที่กลุ่มจะได้องค์ความรู้และปฏิบัติการได้อย่างมีศักยภาพ ดังนั้นก่อนลงพื้นที่ไปพัฒนาต้องทำการวิเคราะห์หาประเด็นความต้องการที่แท้จริงและชัดเจนของกลุ่มการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนก่อนว่าต้องการพัฒนาด้านใด และด้วยวิธีการอย่างไร

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการวิจัยเกี่ยวกับการขับเคลื่อนชุมชนมีชีวิตสู่การเป็นพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงศิลปะและวัฒนธรรมสองฝั่งแม่น้ำเหืองและแม่น้ำโขง

เอกสารอ้างอิง

จันจิรา สุขบรรจง. (2559). *การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของหอนานมดแดง อำเภอป่าพะยอม จังหวัดพัทลุง* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.

ธีระวัฒน์ แสนคำ และ สุพงษ์ ศาลางาม. (2560, 20 กรกฎาคม). เลี้ยงปิ้งเจ้าพ่อปากเหือง. สืบค้นจาก <https://www.sac.or.th/databases>.

นิสากร ยินดีจันทร์, ภูมิพัฒน์ แก้วตาธนาวัฒนา และ สันดุสิตธิ บิรวงษ์ตระกูล. (2564). การพัฒนาศักยภาพชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนกรณีศึกษาเครือข่ายท่องเที่ยวโดยชุมชนจันทบุรี. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครพนม*, 11(1), 248-260.

บุษกร สุขแสน และ กฤตติกา แสนโกสน. (2561). ยุทธศาสตร์การพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวของจังหวัดกว๊านป๋นห์ ประเทศเวียดนาม. *วารสารพื้นถิ่นโขงชีมูล*, 5(1), 233-262.

เบญจมาศ ณ ทองแก้ว, อำนาง รักษาพล, จุฑามาส เพ็งโคนา และ บุญศิลป์ จิตตะประพันธ์. (2560). ศักยภาพและแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตำบลคันธุลี จังหวัดสุราษฎร์ธานี. *วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่*, 9(2), 106-121.

ปรัชญาภรณ์ ไชยเดช, ดวงธิดา พัฒโน, ธนกฤษ สุวรรณ, นุญจ ชื่นพัก และ วรลักษณ์ ลลิตศิริวิมล. (2558). ศักยภาพการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านต้นหยงลูโละ ตำบลต้นหยงลูโละ อำเภอเมือง จังหวัดปัตตานี. ใน *มหาวิทยาลัยหาดใหญ่, รายงานการประชุมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติ ประจำปี 2558 มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ ภาคบรรยาย* (น. 39-51). การประชุมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติ ประจำปี 2558 มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.

พระมหาจิณณวัตร สุจิณฺโณ (กัณยาประสิทธิ์). (2564). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแนวพระพุทธศาสนาของวัดจอมมณี บ้านท่าดีหมี อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลยโดยองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น. *วารสาร มจร เลย์ปริทัศน์*, 2(2), 189-200.

พัชรินทร์ จีประเวท. (2560). ความต้องการของชุมชนในการพัฒนาศักยภาพเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์: กรณีศึกษาตลาดคลองสวนร้อยปี อำเภอบางปะกง จังหวัดสมุทรปราการ. *วารสารการบริหารและการท่องเที่ยวไทย*, 12(1), 36-49.

พิศมัย จารุจิตติพันธ์. (2557). ศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเกาะสมุย. *วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*, 17(17), 131-150.

ภัทราพร แก้วเพชร, วรดา แก้วเพชร และ วิไลพร ยาชามป้อม. (2564). ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวสกายวอล์ค อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย*, 16(58), 46-57.

เมทยา อิมเอิบ และ เยาวริดา รัตนพลแสน. (2562). แนวทางการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวบ้านท่าดีหมี อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย. ใน *มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก, รายงานสืบเนื่องจากการประชุมสัมมนาทางวิชาการภาคบรรยาย (น.1326-1332), การประชุมสัมมนาทางวิชาการ ประจำปี 2562 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก*.

ศิรินันท์ พงษ์นิรันดร์, โอชัญญา บัวธรรม และ ชัชชญา ยอดสุวรรณ. (2559). แนวทางในการพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยว อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา. *วารสารวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มข*, 9(1), 234-259.

สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดเลย. (2561). *แผนพัฒนาการเกษตรและสหกรณ์ของจังหวัดเลย (พ.ศ. 2561-2565) ภายใต้แผนพัฒนาการเกษตรในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ*. เลย: มปท.

หนึ่งหทัย ขอมผลกลาง และ กันตภณ แก้วสง่า. (2560). *แนวทางการพัฒนาท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย (รายงานการวิจัย)*. นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.

ส่วนประสมทางการตลาดในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในชุมชนของกรุงเทพมหานคร

Marketing Mix in Cultural Attractions in Community-based Tourism of Bangkok

พิศมัย จัตุรัตน์^{1*} ชวลีย์ ณ ถลาง²

Pitsamai Jatturat^{1*} Chawalee Na-Talang²

Corresponding Author's Email: pitsamaitour@gmail.com¹, ajarnchawalee@hotmail.com²

(Received: May 17, 2022; Revised: July 30, 2022; Accepted: October 31, 2022)

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนของกรุงเทพมหานคร และเพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนของกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนของกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ได้มาด้วยวิธีการสุ่มแบบตามสะดวก เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ สถิติทดสอบค่าที (t-test independent) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One - Way ANOVA)

ผลการศึกษาพบว่า 1) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนของกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมา คือ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการ และด้านบุคลากร และด้านที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง คือ ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านลักษณะทางกายภาพ 2) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศการศึกษา และอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดไม่แตกต่างกัน แต่ลูกค้าที่มีอายุ สถานภาพ และรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนของกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: ส่วนประสมทางการตลาด แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ชุมชนของกรุงเทพมหานคร

Abstract

This research aimed to study the factors of marketing mix in cultural attractions in community-based tourism of Bangkok and to compare the factors of marketing mix in cultural attractions in community-based tourism of Bangkok classified by genders, ages, status, education, occupation and income. The sample was 400 Thai tourists who visited cultural attractions in the community of Bangkok with convenience sampling and questionnaires were employed as a research tool. Statistics used to analyze data consisted of frequency, percentage, mean, standard deviation and statistics used to test hypotheses consisted of independent t-test and one-way ANOVA.

The results showed that 1) the factors of marketing mix of cultural attractions in community-based tourism of Bangkok were obviously found at a high level in overall. The highest mean was found in term of product, then price, place and people. The intermediate mean was investigated in term of promotion and physical evidence 2) Thai tourists with different genders, educations and occupations had indifferent opinion about the factors of marketing mix but Thai tourists

¹ นิสิตหลักสูตรปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา

² อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา

¹ Candidate, Tourism and Hotel Management, College of Management, University of Phayao

² Lecturer, Tourism and Hotel Management, College of Management, University of Phayao

with different ages, status and income had different opinion about the factors of marketing mix of cultural attractions in community-based tourism of Bangkok in overall with the statistical significance at .05 level.

Keywords: marketing mix, cultural attractions, community-based of Bangkok

ความเป็นมาของปัญหา

สถานการณ์การท่องเที่ยวในปัจจุบัน มีแนวโน้มของการท่องเที่ยวตามกระแสวัฒนธรรม ซึ่งเป็นสิ่งดึงดูดใจที่สำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังประเทศต่างๆ ทั่วโลก โดยวัฒนธรรมของแต่ละประเทศจะมีการเคลื่อนไหวไปยังประเทศอื่นๆ โดยผ่านการประชุมหรือสัมมนา การจัดงานแสดงสินค้า อาหาร ดนตรี ภาพยนตร์ และสื่อโฆษณาต่างๆ (Richards, 2007) ซึ่งยิ่งทำให้นักท่องเที่ยวได้เดินทางไปยังพื้นที่ที่มีวัฒนธรรมที่แตกต่างจากตนเพื่อเรียนรู้ เข้าใจ และเห็นคุณค่าสถาปัตยกรรม ศิลปะ ประเพณี เทศกาล วิถีชีวิตของคนในพื้นที่อื่นซึ่งเรียกอีกนัยหนึ่งว่า “การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม” (นุชนารถ รัตนสูงศชัย, 2554)

ประเทศไทยได้มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยว ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564) ในยุทธศาสตร์ที่ 4 เน้นการสร้างสมดุลให้กับการท่องเที่ยวไทย โดยผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่ม การส่งเสริมวิถีไทย และการสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว โดย 1) ส่งเสริมเอกลักษณ์ของประเทศไทยและของแต่ละท้องถิ่น ด้วยการสื่อสารเอกลักษณ์ความเป็นไทยให้เป็นที่เข้าใจในเวทีโลก อาทิ การสร้างคุณค่าความเป็นไทยในสินค้าและบริการต่างๆ ผ่านสัญลักษณ์ “Thainess” บนสินค้าและบริการที่คงอัตลักษณ์ความเป็นไทย การสื่อสารเอกลักษณ์ความเป็นไทยผ่านสื่อสร้างสรรค์และนวัตกรรมทางสื่อต่างๆ เช่น รายการโทรทัศน์ การจัดแสดง Roadshow เป็นต้น และการส่งเสริมเอกลักษณ์ของแต่ละภูมิภาคและจังหวัด โดยการพัฒนาแบรนด์และสื่อสารความแตกต่างของภาคและจังหวัดต่างๆ ในรูปแบบการเล่าเรื่อง (Storytelling) และการสื่อสารเรื่องราวอย่างสร้างสรรค์ผ่านช่องทางทางการตลาดที่เป็นที่นิยมในกลุ่มเป้าหมาย 2) ส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศและการท่องเที่ยวที่สมดุลเชิงพื้นที่และเวลา โดยการสร้างการรับรู้ สินค้า บริการ และแหล่งท่องเที่ยว เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวนอกฤดูกาล อาทิ การจัดกิจกรรม/เทศกาล/งานประเพณี เฉพาะถิ่นในแต่ละเดือน เช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์และ

การส่งเสริมการขายแพ็คเกจการท่องเที่ยวร่วมกับภาคเอกชน เป็นต้น และการส่งเสริม “ไทยเที่ยวไทย” โดยการสร้างค่านิยมการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศให้แก่คนไทยทุกคนในทุกเพศทุกวัย รวมถึงการสนับสนุนมาตรการทางการเงินเพื่อส่งเสริมการใช้จ่ายช่วงการท่องเที่ยว อาทิ มาตรการการลดหย่อนทางภาษี เป็นต้น และ 3) การส่งเสริมความร่วมมือกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและการใช้เทคโนโลยีในการส่งเสริมการตลาดด้วยการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาคส่วนในการทำการตลาด ได้แก่ การร่วมมือกับชุมชนในการสร้างสรรค์สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวให้สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนและสอดคล้องกับแบรนด์จังหวัด การส่งเสริมการตลาดร่วมกันระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน และการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการตลาด เช่น การสนับสนุนการพัฒนาและต่อยอดแอปพลิเคชันที่ส่งเสริมการทำการตลาดเพิ่มประสิทธิภาพหน่วยงานที่รับผิดชอบการตลาดดิจิทัล เป็นต้น โดยเป็นการเน้นส่งเสริมส่วนประสมทางการตลาดทุกด้าน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว รวมถึงในยุทธศาสตร์ที่ 5 การบูรณาการการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศ เน้นการพัฒนาและบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพผลักดันให้เกิดผลสัมฤทธิ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยว ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community - Based Tourism: CBT) สนับสนุนให้ภาคประชาชนและชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวในบริบทที่เหมาะสม โดยต้องมีการคำนึงถึงการอนุรักษ์หรือฟื้นฟูจารีตประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น ศิลปวัฒนธรรมอันดีของท้องถิ่นและของชาติ รวมทั้งส่งเสริมสิทธิการมีส่วนร่วมระหว่างภาครัฐและชุมชนในการอนุรักษ์ บำรุงรักษา และส่งเสริมการตระหนักรู้ถึงประโยชน์ที่จะได้รับร่วมกัน (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2559)

สำหรับกรุงเทพมหานคร เมืองหลวงของประเทศไทย มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมกระจายอยู่ในแต่ละชุมชน เนื่องจากมีผู้คนอาศัยอยู่มากตั้งแต่เมื่อครั้งสร้างกรุงรัตนโกสินทร์ ทำให้มีวิถีชีวิตความเป็นอยู่ประเพณีและวัฒนธรรมที่มี

เอกลักษณ์เฉพาะถิ่นที่น่าสนใจ ทั้งนี้จากการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครทางด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า การส่งเสริมการตลาดทั้งในและต่างประเทศ (Road show / Trade show) ของกรุงเทพมหานครยังไม่มีแผนการดำเนินงานและแผนการตลาดประจำปีที่ขาดความต่อเนื่อง รวมถึงขาดการพัฒนาและนำเสนอผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Tourism products) ใหม่ ๆ และขาดการส่งเสริมการตลาด ที่จะทำให้เกิดการรับรู้และกระตุ้นความสนใจจากนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาเยือน (สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล, 2560)

ดังนั้นผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการศึกษาดังกล่าว จึงสนใจที่จะศึกษาในด้านส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนของกรุงเทพมหานคร เพื่อให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชน ได้รับการส่งเสริมให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย ส่งผลให้มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในชุมชนมากขึ้น ทำให้ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น และเกิดการมีส่วนร่วมในการพัฒนา อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และดูแลรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชนให้ยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนของกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนของกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

สมมติฐานการวิจัย

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนของกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประเภทของการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

ประชากรที่ทำการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จำนวน 40,825,884 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562) โดยนำมา

คำนวณหากลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม โดยใช้สูตรของ Yamane (1973) โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อนที่ระดับ .05 ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน การสุ่มกลุ่มตัวอย่างจะใช้วิธีแบบเจาะจงสถานที่ในการเก็บข้อมูล ได้แก่ ชุมชนนางเลิ้ง ชุมชนบ้านบาตร ชุมชนกุฎีจีน และชุมชนตลาดพลู โดยใช้หลักเกณฑ์ของสำนักงานวางแผนและพัฒนาเมือง (2561) ที่มีการกำหนดเขตการวางผังที่ 1 พื้นที่อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและส่งเสริมการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครเป็นพื้นที่ศึกษาที่กำหนดในการวิจัยครั้งนี้ โดยเลือกสอบถามนักท่องเที่ยวแบบสุ่มตามสะดวก จาก 4 ชุมชนๆ ละ 100 คน รวมทั้งหมด 400 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเป็นแบบสอบถาม มี 3 ตอน ได้แก่ 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม แบบปลายปิดหรือแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) 2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด แบ่งเป็น 5 ระดับ (Rating scale) และ 3) ข้อเสนอแนะอื่นๆ (ปลายเปิด)

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีแบบเจาะจงสถานที่ในการเก็บข้อมูล ได้แก่ ชุมชนนางเลิ้ง ชุมชนบ้านบาตร ชุมชนกุฎีจีน และชุมชนตลาดพลู ซึ่งเป็นพื้นที่ศึกษาที่กำหนดในการวิจัยครั้งนี้ โดยเลือกสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวแบบสุ่มตามสะดวก (Convenience sampling) จาก 4 ชุมชนๆ ละ 100 คน รวมทั้งหมด 400 คน ซึ่งมีกระบวนการ ดังนี้ 1) จัดเตรียมแบบสอบถามให้ครบตามจำนวนที่กำหนดไว้ 2) ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยการแจกแบบสอบถามพร้อมอธิบายรายละเอียดให้กับกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน ให้เข้าใจและให้กรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง และรอรับคืนภายในเวลาที่กำหนด และ 3) ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมา จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผลด้วยโปรแกรมทางสถิติ

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

5.1 วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ วิเคราะห์โดยใช้สถิติการ

แจกแจงความถี่ (Frequency distribution) และหาค่าร้อยละ (Percentage)

5.2 วิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนของกรุงเทพมหานคร วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

5.3 วิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ โดยใช้สถิติทดสอบค่าที (t-test independent) การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One – Way ANOVA)

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

นักท่องเที่ยวชาวไทยจากชุมชนนางเลิ้ง ชุมชนบ้านบาตร ชุมชนกุฎีจีน และชุมชนตลาดพลูที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-29 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานเอกชน และมีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 15,000-20,000 บาท

2. ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนของกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดฯ (7P's) โดยภาพรวม

ส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.95	0.68	มาก
2. ด้านราคา	3.67	0.70	มาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.65	0.81	มาก
4. ด้านส่งเสริมการตลาด	3.30	0.77	ปานกลาง
5. ด้านบุคลากร	3.50	0.89	มาก
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	2.87	0.98	ปานกลาง
7. ด้านกระบวนการ	3.61	0.74	มาก
รวม	3.51	0.54	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนของกรุงเทพมหานครในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.51, S.D. = 0.54) เมื่อ

พิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมา คือ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการ และด้านบุคลากร และด้านที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง คือ ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านลักษณะทางกายภาพ ตามลำดับ

3. ผลวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดฯ จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ผลจากการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยในภาพรวม ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา และอาชีพที่ต่างกัน ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ปัจจัยด้านอายุ สถานภาพ และรายได้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ต่างกัน ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผู้วิจัยจึงขอเสนอผลการเปรียบเทียบเฉพาะปัจจัยที่มีความแตกต่าง ดังแสดงผลการวิจัยตามตาราง ดังนี้

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ในภาพรวมและรายด้าน จำแนกตามอายุ

7P's	แหล่งข้อมูล	SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	5.66	5	1.13	2.51	.03*
	ภายในกลุ่ม	177.39	394	0.45		
	รวม	183.05	399			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	6.70	5	1.34	.83	.01*
	ภายในกลุ่ม	186.51	394	0.47		
	รวม	193.21	399			
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	15.02	5	3.01	.79	.00*
	ภายในกลุ่ม	247.15	394	0.62		
	รวม	262.17	399			
4. ด้านส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	10.31	5	2.06	3.55	.00*
	ภายในกลุ่ม	288.75	394	0.58		
	รวม	239.06	399			
5. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	8.05	5	1.61	.83	.07
	ภายในกลุ่ม	310.26	394	0.78		
	รวม	318.31	399			
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	7.01	5	1.40	1.47	.19
	ภายในกลุ่ม	374.23	394	0.95		
	รวม	381.24	399			

ตารางที่ 2 (ต่อ)

7P's	แหล่งข้อมูล	SS	df	MS	F	Sig.
7. ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	9.25	5	1.84	3.45	.00*
	ภายในกลุ่ม	210.92	394	0.53		
	รวม	220.17	399			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	5.46	5	1.09	3.89	.00*
	ภายในกลุ่ม	110.69	394	0.28		
	รวม	116.15	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนของกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ พบว่า ภาพรวมของนักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน ($F = 3.89$, Sig. = .00*) แสดงว่าอายุที่ต่างกันมีผลต่อความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการ

ตารางที่ 3 เปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ในภาพรวมและรายด้าน จำแนกตามสถานภาพ

7P's	แหล่งข้อมูล	SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	0.60	2	0.30	.65	.52
	ภายในกลุ่ม	182.44	397	0.46		
	รวม	183.04	399			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	3.16	2	1.58	.30	.03*
	ภายในกลุ่ม	190.05	394	0.47		
	รวม	193.21	399			
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	9.94	2	4.96	.82	.00*
	ภายในกลุ่ม	252.23	397	0.63		
	รวม	262.17	399			
4. ด้านส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	8.81	2	4.40	7.60	.00*
	ภายในกลุ่ม	230.25	397	0.58		
	รวม	239.06	399			

ตารางที่ 3 (ต่อ)

7P's	แหล่งข้อมูล	SS	df	MS	F	Sig.
5. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	2.52	2	1.25	1.58	.20
	ภายในกลุ่ม	315.79	397	0.79		
	รวม	318.31	399			
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	3.75	2	1.87	1.97	.14
	ภายในกลุ่ม	377.49	397	0.95		
	รวม	381.24	399			
7. ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	1.77	2	0.88	1.61	.20
	ภายในกลุ่ม	218.40	397	0.55		
	รวม	220.17	399			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	2.51	2	1.25	4.39	.01*
	ภายในกลุ่ม	113.64	397	0.28		
	รวม	116.15	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนของกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพพบว่า ภาพรวมของนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน ($F = 4.39$, Sig. = .01) แสดงว่าสถานภาพที่ต่างกันมีผลต่อความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกันในด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการตลาด

ตารางที่ 4 เปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ในภาพรวมและรายด้าน จำแนกตามรายได้

7P's	แหล่งข้อมูล	SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	2.92	5	0.58	1.27	.27
	ภายในกลุ่ม	180.12	394	0.45		
	รวม	183.04	399			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	.73	5	0.14	.29	.91
	ภายในกลุ่ม	192.48	394	0.48		
	รวม	193.21	399			

ตารางที่ 4 (ต่อ)

7P's	แหล่งข้อมูล	SS	df	MS	F	Sig.
3. ด้านช่องทาง การจัด จำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	9.63	5	1.92	3.00	.01*
	ภายในกลุ่ม	252.54	394	0.63		
	รวม	262.17	399			
4. ด้านส่งเสริม การตลาด	ระหว่างกลุ่ม	8.74	5	1.74	2.99	.01*
	ภายในกลุ่ม	230.32	394	0.58		
	รวม	239.06	399			
5. ด้าน บุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	8.67	5	1.73	2.20	.06
	ภายในกลุ่ม	309.64	397	0.78		
	รวม	318.31	399			
6. ด้าน ลักษณะทาง กายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	12.53	5	2.50	2.67	.02*
	ภายในกลุ่ม	368.71	394	0.93		
	รวม	381.24	399			
7. ด้าน กระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	6.85	5	1.37	2.53	.02*
	ภายในกลุ่ม	213.31	394	0.54		
	รวม	220.16	399			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	3.83	5	0.76	2.68	.02*
	ภายในกลุ่ม	112.32	394	0.28		
	รวม	116.15	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนของกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้ พบว่า ภาพรวมของนักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน ($F = 2.68$, $Sig. = .02$) แสดงว่ารายได้ที่ต่างกันมีผลต่อความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกันในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ

อภิปรายผล

1. ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนของกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอยู่ใน

ระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของศิริดา ภูมิวรมณี (2561) พบว่า ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนครพนม (7P's) ในภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรัณพร ชวนเกริกกุล (2561) พบว่านักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อการตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองรองจังหวัดสิงห์บุรี ซึ่งประกอบไปด้วยผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการบริการ และสิ่งแวดล้อมโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมา คือ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการ ด้านบุคลากร ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านลักษณะทางกายภาพ ดังนั้นแสดงให้เห็นว่า 1) ด้านผลิตภัณฑ์เป็นด้านที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการพิจารณาตัดสินใจในการท่องเที่ยวเป็นอันดับแรก ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวมีวัฒนธรรมประเพณีที่มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่น มีความหลากหลายและน่าสนใจ มีสินค้าและของที่ระลึกที่มีเอกลักษณ์น่าสนใจ และมีกิจกรรมที่หลากหลายสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Zhang (2011) กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะดึงดูดผู้บริโภคด้วยคุณลักษณะทางวัฒนธรรม การรับรองทางวัฒนธรรมไม่ใช่ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวันแต่จะแปลงเป็นผลิตภัณฑ์ที่นักท่องเที่ยวสามารถบริโภคได้ มูลค่าตลาดของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสามารถรับรู้ได้ด้วยผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และสอดคล้องกับอรรถีย์ มูลคำ (2562) กล่าวว่า สิ่งดึงดูดใจที่ทำให้มาท่องเที่ยวเพราะมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย โดยนักท่องเที่ยวสนใจแหล่งท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและเชิงวัฒนธรรม 2) ด้านราคา ให้ความสำคัญกับค่าใช้จ่ายต่อคนในการท่องเที่ยวมีความเหมาะสม รู้สึกมีความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางไปใช้บริการ ราคาสินค้าและของที่ระลึกมีความเหมาะสม และมีการจัดป้ายบอกราคาสินค้าและบริการอย่างชัดเจน สอดคล้องกับ ศรัณพร ชวนเกริกกุล (2561) กล่าวว่า ควรมีการพัฒนาสินค้าของที่ระลึกในรูปแบบที่น่าสนใจและติดป้ายราคาและมีป้ายบอกทางที่ชัดเจน และสอดคล้องกับ Armstrong

and Kotler (2009) คุณค่าทั้งหมดที่ลูกค้ารับรู้ เพื่อให้ได้รับผลประโยชน์จากการใช้ผลิตภัณฑ์สินค้าและ/หรือบริการนั้นๆ อย่างคุ้มค่ากับจำนวนเงินที่จ่ายไป และ 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ให้ความสำคัญกับระยะเวลาเปิด-ปิดของแหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสม การเข้าถึงข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวมีความสะดวก ง่ายและเหมาะสม การเดินทางเข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวมีความสะดวก เช่น มีรถโดยสารรับจ้าง หรือรถประจำทางให้บริการ หรือรถไฟฟ้า และแหล่งท่องเที่ยวเข้าถึงได้ง่ายและสะดวกสบาย เช่น ระยะทางในการเดินเท้าเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยว หรือทางเดินที่สะดวกสบาย สอดคล้องกับจิตวิถี กระจำเมฆ และ สุธล้า เหมือนเดช (2562) กล่าวว่าด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวควรให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องปรับปรุงพัฒนาให้ถนนสะอาดโล่ง สะดวกและความปลอดภัย ปรับปรุงเส้นทางป้ายบอกทางในระยะทางที่มองเห็นอย่างชัดเจนและเข้าใจง่าย รวมถึงด้านการเข้าถึงระบบการคมนาคมนักท่องเที่ยว สามารถใช้รถยนต์ส่วนตัวหรือรถโดยสารเข้ามาท่องเที่ยวได้ ทำให้สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบาย และมีสถานที่จอดรถเพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยว

2. ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดฯ จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า

เพศของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนของกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากการท่องเที่ยวสามารถทำได้ทั้งเพศชายและเพศหญิง และวัตถุประสงค์หลัก คือการเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ตามความสนใจของตนเอง จึงทำให้ปัจจัยดังกล่าวไม่ส่งผลต่อเพศของนักท่องเที่ยว

อายุของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนของกรุงเทพมหานครแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มนักท่องเที่ยวในแต่ละช่วงอายุมักจะมีความคิดและประสบการณ์ที่แตกต่างกัน ประกอบกับแหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลาย ทำให้ความสนใจในแหล่งท่องเที่ยวจึงแตกต่างกันไปตามช่วงอายุ รวมถึงความสามารถในการใช้จ่ายของแต่ละช่วงอายุก็ต่างกัน

ดังนั้นแต่ละช่วงอายุจึงให้ความสำคัญในหลายๆ ด้านต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด สอดคล้องกับงานวิจัยของกาญจนา สุคันธสิริกุล (2556) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อความต้องการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีความต้องการด้านการให้บริการด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านค่าใช้จ่าย ด้านสถานที่ในการจัดงานและด้านกระบวนการให้บริการแตกต่างกัน

สถานภาพสมรสของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนของกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้เนื่องจากสถานภาพที่แตกต่างกัน โดยเฉพาะสถานภาพสมรสย่อมทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการที่จะพาครอบครัวไปพักผ่อนในวันหยุดหรือโอกาสต่างๆ ตามความเหมาะสม หรือแม้แต่สถานภาพโสดซึ่งจะมีอิสระไม่มีภาระก็ต้องการที่จะท่องเที่ยวพักผ่อนจากการทำงาน ย่อมแสวงหาการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มความสุข สนุกสนานให้แก่ชีวิต สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชายชาญ ปฐมกาญจนาและ นรินทร์ สังข์รักษา (2558) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนของกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากปัจจุบันความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจะนิยมใช้สื่อออนไลน์ ซึ่งสามารถค้นหาข้อมูลที่ต้องการได้ไม่แตกต่างกัน จึงทำให้ปัจจัยดังกล่าวไม่ส่งผลต่อระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว

อาชีพของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนของกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจาก แต่ละอาชีพมีการดำเนินกิจกรรมตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กร จึงทำให้บางครั้งการเดินทางเกิดจากการมอบหมายของหน่วยงาน ซึ่งมีวัตถุประสงค์การเดินทางแตกต่างกัน แต่หากเป็นการเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวทุกอาชีพต่างก็มีความ

ต้องการท่องเที่ยว เพื่อความผ่อนคลายและสนุกสนาน มีความสุขจากการท่องเที่ยวเหมือนกัน ดังนั้นจึงทำให้ปัจจัยดังกล่าวไม่ส่งผลต่ออาชีพของนักท่องเที่ยว

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนของกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพและด้านกระบวนการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้เนื่องจากการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีความหลากหลาย และมีค่าใช้จ่ายในแต่ละรูปแบบที่ต่างกัน ทำให้นักท่องเที่ยวเลือกรูปแบบการท่องเที่ยวตามความสามารถที่จ่ายได้ ดังนั้นรายได้ของนักท่องเที่ยวที่ต่างกันจึงมีความสำคัญในหลายๆ ด้านของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด สอดคล้องกับงานวิจัยของศิริวิศา ภูมิวรณูณี (2561) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันจะให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ที่แตกต่างกัน

สรุปผลการวิจัย

ข้อสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ มีดังนี้

1. สรุปผลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนของกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดฯ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมา คือ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการ และด้านบุคลากร และด้านที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง คือ ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านลักษณะทางกายภาพ ดังนั้นแสดงให้เห็นว่าในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุดเป็นอันดับแรกแล้วจึงจะพิจารณาปัจจัยอื่นๆ ที่เหลือ

2. สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนของกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

ดังสมมติฐานการวิจัยที่ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่

แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนของกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศ ระดับการศึกษา และอาชีพที่ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดฯ ไม่แตกต่างกัน แต่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ สถานภาพสมรส และรายได้ต่อเดือนที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ดังนั้นจึงแสดงให้เห็นว่า อายุ สถานภาพสมรส และรายได้ต่อเดือน เป็นปัจจัยสำคัญในการเดินทางท่องเที่ยว เช่น คนที่มีอายุมากจะสนใจแหล่งท่องเที่ยวที่เน้นการพักผ่อน แต่คนอายุน้อยจะสนใจแหล่งท่องเที่ยวที่เน้นกิจกรรมความบันเทิงโดยส่วนใหญ่ โดยคนที่มีสถานภาพสมรสแล้วก็จะเดินทางท่องเที่ยวพร้อมกับครอบครัว แต่คนที่มีสถานภาพโสดก็จะเดินทางคนเดียวหรือก็ไปกับกลุ่มเพื่อน และคนที่มียาไ้มากก็จะเลือกใช้บริการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพโดยยินดีที่จะจ่ายเงินมากตามที่ต้องการ แต่คนที่มียาไ้มีน้อยก็จะเลือกเดินทางแบบประหยัด ใช้จ่ายเท่าที่จำเป็นในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ภาครัฐ ภาคเอกชน หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ควรนำไปประยุกต์ใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชนอย่างเหมาะสม และสอดคล้องกับบริบทของพื้นที่
2. ชุมชน ผู้ประกอบการ หรือหน่วยงานของรัฐ เอกชน องค์กร อิสระที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชน ควรให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดให้ครบทุกปัจจัย
3. สนับสนุนให้ชุมชน และผู้ประกอบการ มีความรู้ ในการทำการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ โดยให้มีการส่งเสริมการท่องเที่ยว ด้วยการประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่หลากหลาย ภายใต้ความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ และหน่วยงานภาคเอกชน

4. ผลของการศึกษาในครั้งนี้ จะนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน จะต้องได้รับความร่วมมือจากผู้ที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน/ชุมชน เพื่อร่วมกันวางแผน และขับเคลื่อนให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรม

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ควรทำการศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในปัจจุบันที่อาจจะมีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ ปัจจัยด้านแรงจูงใจหรือปัจจัยด้านทัศนคติ ปัจจัยด้านศักยภาพในแต่ละชุมชน และการพัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชน เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). สถิติด้านการท่องเที่ยวปี 2562. สืบค้นจาก https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=521
- กาญจนา สุคันธสิริกุล. (2556). *การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ* (รายงานวิจัย). นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (2559). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 – 2564)*. สืบค้นจาก http://www.ubu.ac.th/web/files_up/0312017052216244626.pdf
- จิตกวี กระจำเมฆ และ สุธล้า เหมือนเดช. (2562). *การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมจังหวัดนครปฐมไทยแลนด์ 4.0: กรณีศึกษาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นลาวครั้งบ้านทุ่งผักกูดไทยทรงดำบ้านไผ่สูงช้างและไทยจีนตลาดบางหลวง* (รายงานวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.
- ชายชาญ ปฐมกาญจนา และ นรินทร์ สังข์รักษา. (2558). *แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของชุมชนตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม*. *วารสารวิทยบริการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์*, 26(1), 118-129.
- นุชนารถ รัตนสูงค์ชัย. (2554). *กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม*. *วารสารมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*, 18(1), 31-50.
- ศรัณพร ชวนเกริกกุล. (2561). *กลยุทธ์การยกระดับการตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองรองจังหวัดสิงห์บุรี*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยสยาม, กรุงเทพฯ.
- ศิริดา ภูมิวงมณี. (2561). *แนวทางการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนครพนม*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยพะเยา, กรุงเทพฯ.
- สำนักการวางแผนและพัฒนาเมือง. (2561). *สถิติข้อมูลชุมชนในเขตกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2561*. สืบค้นจาก <http://cpd.bangkok.go.th:90/web2/AnnualReport63/6.pdf>
- สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล. (2560). *แผนพัฒนากรุงเทพมหานคร ระยะ 20 ปี ระยะที่ 2 (พ.ศ. 2561 - 2565)*. สืบค้นจาก <http://www.bangkok.go.th/upload/user/00000130/planning/developemnt2.pdf>
- อรทัย มูลคำ. (2562). *แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดนครพนม*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยพะเยา, พะเยา.
- Armstrong, G. and Kotler, P. (2009). *Marketing, an introduction* (9th ed). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Richards, G. (2007). *Cultural Tourism: Global and Local Perspectives*. Binghamton: The Haworth Press.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis* (3rd ed). New York: Harper and Row Publications.
- Zhang, Y. (2011). *Cultural Tourism Products: A Case Study in the Xi'an City*. Retrieved from <https://www.semanticscholar.org/paper/Cultural-Tourism-Products%3A-A-Case-Study-in-theCZhang/35eb3a1f02b7a8e469824d6943f4d1d8337a479d>

**แนวทางการพัฒนาทุนมนุษย์ในธุรกิจโรงแรมเครือข่ายนานาชาติ
หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19**
**Human Capital Development Guideline for International Hotel Chains
After COVID-19 Pandemic**

ภิญญดา ปีติวรณ์¹ ระชานนท์ ทวีผล^{2*}

Phinyada Peetiwan¹ Rachanon Taweephol^{2*}

Corresponding Author's Email: mr.bozo@msn.com²

(Received: July 5, 2022; Revised: October 22, 2022; Accepted: November 4, 2022)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาข้อจำกัดและอุปสรรคต่อการพัฒนาทุนมนุษย์ในธุรกิจโรงแรมเครือข่ายนานาชาติ 2) การวิเคราะห์กลยุทธ์การพัฒนาทุนมนุษย์ในธุรกิจโรงแรมเครือข่ายนานาชาติ และ 3) ศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาทุนมนุษย์ในธุรกิจโรงแรมเครือข่ายนานาชาติ หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 เป็นงานวิจัยแบบผสมผสาน มีการสัมภาษณ์เชิงลึก ตัวแทนจากกลุ่มบุคลากรที่มีส่วนในการตัดสินใจเกี่ยวกับขั้นตอนการดำเนินงานพัฒนาทุนมนุษย์ในโรงแรมเครือข่ายนานาชาติ จำนวน 9 คน ร่วมกับการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามกับกลุ่มผู้ปฏิบัติงานโรงแรมเครือข่ายนานาชาติ จำนวน 100 คน และคณาจารย์หลักสูตรการจัดการโรงแรม หรือหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวในมหาวิทยาลัยกำกับของรัฐและเอกชน จำนวน 15 คน ผลการศึกษพบว่า 1) ข้อจำกัดและอุปสรรคต่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ได้แก่ การไม่สามารถจัดการฝึกอบรมแบบเผชิญหน้าได้ตามปกติ การสูญเสียพนักงานจำนวนมาก การถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับทักษะอาชีพไม่ชัดเจน และต้นทุนการดำเนินงานที่ถูกปรับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ 2) การพัฒนาทุนมนุษย์ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านทุนทางสังคม ด้านทุนทางอารมณ์ และด้านทุนทางปัญญา รวมทั้งการให้ความสำคัญกับการยกระดับความเป็นมืออาชีพและการเสริมทักษะใหม่ให้เหมาะสมกับงานที่เปลี่ยนไป และ 3) ความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาทุนมนุษย์ทั้ง 3 ด้าน มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

คำสำคัญ: ทุนมนุษย์ โรงแรมเครือข่ายนานาชาติ โควิด-19

Abstract

The objectives of this research aimed to: 1) study the limitations and obstructions on human capital development in international hotel chains; 2) study about human capital development strategy analysis in international hotel chains; and 3) study the rate of opinion towards analyzed human capital development guidelines after the COVID-19 pandemic. By using Mixed Method research, starting from an in-depth interview with 9 people who are in charge of the human development process in international hotel chains, followed by collecting a questionnaire from samples which contain 100 samples for hoteliers in international hotel chains and 15 samples from a university professor who is in charge of hotel management or hospitality and tourism. The results were showed that: 1) limitations and obstructions on human capital development consist of factors; unable to arrange on-site training as usual, manning loss, unclear communication, and the operating costs are adjusted to suit the situation; 2) Human capital: Social capital, Emotional capital, and Intellectual capital and pay attention to Upskills and Reskills by considering individual capability; and 3) The overview on the rate of opinion towards analyzed human capital development guidelines are highest.

¹ เจ้าหน้าที่สำรองห้องพัก โรงแรมสยามเคมปินสกี กรุงเทพฯ

² อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการโรงแรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

¹ Reservations Agent, Siam Kempinski Hotel, Bangkok

² Lecturer, Hotel Management Department, Faculty of Management Science, Silpakorn University

Keywords: human capital, international hotel chains, COVID-19

ความเป็นมาของปัญหา

อุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวของประเทศไทยยังให้ความสำคัญกับการต่อยอดทักษะการบริการที่ต้อนรับให้สามารถสร้างความประทับใจ โดยเฉพาะกลุ่มธุรกิจโรงแรมเป็นหนึ่งในองค์ประกอบของนักท่องเที่ยวให้เกิดความสะดวกสบาย แต่เนื่องจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา หรือโควิด-19 (COVID-19) ส่งผลกระทบทั้งด้านรายได้และอัตราการจ้างงาน ตั้งแต่ช่วงเมษายน ปี พ.ศ. 2563 เป็นต้นมา ธุรกิจโรงแรมมีอัตราการเข้าพักลดลง คิดเป็นร้อยละ -97.0 โดยกลุ่มผู้ประกอบการต้องประเมินแนวทางการดำเนินกิจการเพื่อการประคองธุรกิจในช่วงเริ่มต้นการแพร่ระบาด เช่น การบริหารค่าใช้จ่ายให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด การเพิ่มช่องทางการขายได้ การลดต้นทุนการขายห้องพักล่วงหน้า เป็นต้น (ศิริทิพย์ ฉล่อง, 2563) หลังจากการผ่อนคลายมาตรการของรัฐบาล ปี พ.ศ. 2564 พบว่า ธุรกิจโรงแรมขนาดใหญ่ในเดือนมีนาคม พ.ศ. 2565 มากกว่าร้อยละ 27 ยังคงได้รับผลกระทบจากต้นทุนวัตถุดิบมีราคาสูงขึ้น ส่งผลให้นักท่องเที่ยวลดกิจกรรมการเดินทางออกจากบ้าน รวมทั้งวิกฤตรัสเซีย-ยูเครน ที่นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียตัดสินใจยกเลิกการเข้าพักร้อยละ 25 ของจำนวนชาวต่างชาติ (ฐานเศรษฐกิจดิจิทัล, 2565)

ทางภาครัฐได้ใช้มาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยว อาทิ โครงการเราเที่ยวด้วยกัน คนละครึ่ง เพื่อมุ่งเน้นการใช้จ่ายภาคประชาชน ซึ่งยังช่วยเพิ่มสภาพคล่องให้กับผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม (กันยสินี ศิลปวาณิชย์, 2563) หากการแพร่ระบาดสิ้นสุดลงผนวกกับการส่งเสริมให้ประชาชนรับวัคซีนเพิ่มขึ้นเพื่อสร้างภูมิคุ้มกันหมู่ อาจทำให้กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติจำนวนมากเกิดความต้องการที่จะเดินทางอย่างต่อเนื่อง ธุรกิจโรงแรมต้องใช้โอกาสนี้ในการปรับตัว เพื่อเตรียมความพร้อมการให้บริการในอนาคต โดยเฉพาะอย่างยิ่งการปรับตัวและพัฒนาทุนมนุษย์ ซึ่งเป็นทรัพย์สินที่สามารถยกระดับความสามารถได้อย่างไม่สิ้นสุด ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมสามารถพิจารณาความรู้ความสามารถที่พนักงานแต่ละคน ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน อาทิ การฝึกอบรมด้วยการปฏิบัติงานข้ามสายงานในแผนกต่างๆ และการเพิ่มเติมความรู้ด้านความ

ปลอดภัยและสุขอนามัยให้สอดคล้องกับวิถีปกติใหม่ (ปัญญา ปิติวรรณ และ ระชนานท์ ทวีผล, 2564)

อนิรุทธิ์ ผ่องแผ้ว, ชนินทร์ วิชุลลตา, สุขจิตต์ ณ นคร และ ศรัณญา ประทุนเพชร (2563) ได้นำเสนอทิศทางของกลุ่มธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยเครือข่ายนานาชาติได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะธุรกิจโรงแรมขนาดใหญ่หลายแห่ง มีสาเหตุมาจากนักท่องเที่ยวตัดสินใจเข้าพักโรงแรมเหล่านี้ เนื่องจากมีความไว้วางใจในทักษะของพนักงานที่มีความเป็นมืออาชีพ สามารถให้บริการด้วยความกระตือรือร้น และการตอบสนองการบริการแบบรายบุคคลด้วยความเอาใจใส่พิเศษ เช่นเดียวกับ พุทธชาด ลุนคำ (2562) พบว่า กลุ่มธุรกิจโรงแรมในกรุงเทพมหานครที่มีทำเลที่ตั้งอยู่ติดกับรถไฟฟ้าและสถานที่สำคัญของเมืองต้องเผชิญกับกลุ่มธุรกิจทดแทนที่เปลี่ยนจากการบริการห้องพักแบบรายเดือนมาเป็นแบบรายวันด้วยอัตราค่าบริการที่ไม่สูงมาก เช่น เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ อพาร์ทเมนต์ คอนโดมิเนียม เป็นต้น ซึ่งการปรับกลยุทธ์ด้วยการบริการที่เป็นเลิศของพนักงานในโรงแรมเครือข่ายจะช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือและนำเสนอความแตกต่างจากคู่แข่งอื่น นอกจากนี้ ประเด็นการพัฒนาทุนมนุษย์สำหรับแรงงานในอุตสาหกรรม 4.0 ภายหลังการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ควรให้พนักงานเกิดทักษะในการปรับตัว ความสามารถในการบริหารอารมณ์ การจัดลำดับความสำคัญของงานก่อนและหลัง ตลอดจนการเตรียมความพร้อมแก่พนักงานใหม่ให้มีสมรรถนะที่ครอบคลุมพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงที่ถูกกระตุ้นจากสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรที่ยากต่อการควบคุม

ยิ่งไปกว่านั้นการสำรวจข้อมูลยังพบว่าพนักงานโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครได้รับค่าตอบแทนเฉลี่ยต่อคนต่อปีสูงสุดถึง 269,900 บาท ต่อกายาให้เห็นถึงธุรกิจโรงแรมมีความเกี่ยวข้องกับแรงงานมนุษย์ เนื่องจากพนักงานเป็นผู้ส่งมอบการบริการแก่นักท่องเที่ยว รวมทั้งผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมต้องมีระบบการบริหารงานที่สอดคล้องกับระบบการจัดการประสิทธิภาพของพนักงาน คำนึงถึงการฝึกฝนให้ทุนมนุษย์มีทักษะการสร้างควมพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวในระดับสูงสุด (Kulilung, Pratoom and Jhun – indra, 2018) ในขณะเดียวกันธุรกิจโรงแรมเครือข่ายนานาชาติใน

ต่างประเทศต้องเผชิญกับกลยุทธ์การแข่งขันในรูปแบบต่างๆ พร้อมให้ความสำคัญกับการพัฒนาทุนมนุษย์ให้พนักงานมีประสบการณ์และคุณสมบัติที่กำหนด เริ่มต้นจากการทำความเข้าใจในตัวพนักงาน การฝึกอบรม และการรักษารักษานพนักงานไว้ เพื่อส่งมอบการบริการตามมาตรฐานการบริการระดับสูงกว่า (Brien, Anthonisz, and Suhartanto, 2019)

จะเห็นได้ว่าการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรและบริบทแวดล้อมที่ากต่อการควบคุม โดยเฉพาะท่ามกลางวิกฤตการณ์แพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 อีกทั้งการจัดการธุรกิจโรงแรมเครือช่ายนานาชาติต้องใช้ต้นทุนมูลค่ามหาศาล โดยเฉพาะด้านทรัพยากรมนุษย์ที่เป็นรากฐานสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรธุรกิจทั้งพนักงานฝ่ายงานบริการส่วนหน้าและบริการส่วนสนับสนุนที่มีประสบการณ์และความรู้ที่แตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล จึงต้องมีกลไกการยกระดับทุนมนุษย์และส่งเสริมสมรรถนะของพนักงานให้เกิดการบริการสอดคล้องกับมาตรฐานของเครือช่ายสากลแต่ละตราสินค้า ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาเรื่อง “แนวทางการพัฒนาทุนมนุษย์ในธุรกิจโรงแรมเครือช่ายนานาชาติหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19” เพื่อเป็นส่วนสนับสนุนหลักการพัฒนาทุนมนุษย์ของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย รวมทั้งยังช่วยส่งเสริมสมรรถนะในการปฏิบัติงานได้อย่างคุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อจำกัดและอุปสรรคต่อการพัฒนาทุนมนุษย์ในธุรกิจโรงแรมเครือช่ายนานาชาติในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19
2. เพื่อศึกษาการวิเคราะห์กลยุทธ์การพัฒนาทุนมนุษย์ในธุรกิจโรงแรมเครือช่ายนานาชาติหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19
3. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาทุนมนุษย์ในธุรกิจโรงแรมเครือช่ายนานาชาติหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed method research) ประกอบด้วย เทคนิคการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative

research) โดยผู้วิจัยได้กำหนดกระบวนการศึกษาเป็น 2 ขั้นตอน ดังนี้

1. เพื่อศึกษาข้อจำกัดและอุปสรรคต่อการพัฒนาทุนมนุษย์ระหว่างสถานการณ์การแพร่ระบาด และเพื่อศึกษาการวิเคราะห์กลยุทธ์การพัฒนาทุนมนุษย์ภายหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ในโรงแรมเครือช่ายนานาชาติ เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ กำหนดเป็นขั้นตอนย่อยดังนี้

1.1 ผู้ให้ข้อมูลหลักในการศึกษาค้นคว้านี้ได้รับการคัดเลือกแบบเจาะจง ซึ่งเป็นตัวแทนจากกลุ่มบุคลากรที่มีส่วนในการตัดสินใจเกี่ยวกับขั้นตอนการดำเนินงานพัฒนาทุนมนุษย์ในแผนกทรัพยากรมนุษย์ภายในโรงแรมเครือช่ายจำนวน 9 คน ได้แก่ 1) อาศัย กรุงเทพฯ ไชน่าทาวน์ 2) อินเตอร์คอนติเนนตัล กรุงเทพฯ 3) สิ้นธร เคมปินสกี กรุงเทพฯ 4) อนันตรา สยาม กรุงเทพฯ 5) เซ็นทารา แกรนด์ แอท เซ็นทรัลเวิลด์ 6) วอลดอร์ฟ แอสโทเรีย กรุงเทพฯ 7) เมอเวนพิค บีดีเอ็มเอส เวลเนส รีสอร์ท กรุงเทพฯ 8) ดับเบิลยู กรุงเทพฯ และ 9) ไฮแอท รีเจนซี่ กรุงเทพฯ สุขุมวิท โดยคุณสมบัติที่เป็นเกณฑ์ การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักต้องเป็นผู้มีประสบการณ์ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจโรงแรมเครือช่ายนานาชาติ รวมไปถึงการดำเนินงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลพนักงานไม่ต่ำกว่า 5 ปี

1.2 ผู้วิจัยกำหนดเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการวิจัย แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) เป็นแนวคำถามกึ่งโครงสร้างปลายเปิด จำนวน 2 ข้อ ร่วมกับการใช้แบบสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant observation) พิจารณาจากสภาพแวดล้อมในปรากฏการณ์ นอกจากนี้ ยังมี การบันทึกเสียงและภาพถ่ายระหว่างการสัมภาษณ์ผ่านโทรศัพท์มือถือ

1.3 ผู้วิจัยดำเนินการนำเสนอข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในรูปแบบการพรรณนาเชิงวิเคราะห์ด้วยวิธีวิทยาการศึกษาปรากฏการณ์ (Phenomenology) เป็นการนำเสนอประสบการณ์ของมนุษย์ ผู้วิจัยต้องละเว้นการคิดล่วงหน้ามุ่งทำความเข้าใจและการให้ความสำคัญกับบริบทที่ผู้ให้ข้อมูลหลักกล่าวถึง เพื่อให้เข้าใจสาเหตุและทราบถึงแนวทางในการบริหารจัดการปรากฏการณ์เหล่านั้น (อารีย์วรรณ อ่วมตานี, 2559)

1.4 ผู้วิจัยตรวจสอบข้อมูลด้วยทฤษฎีแบบสามเส้า 3 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่มีแหล่งที่มาแตกต่างกัน (Data) จาก 9 แห่ง มีมุมมองที่คล้ายหรืออาจแตกต่างกันไปตามนโยบายและโครงสร้างองค์กร 2) ด้านผู้จัดทำวิจัยแต่ละคนที่มีแหล่งที่มาแตกต่างกัน (Researcher) โดยใช้ผู้ทำวิจัยมากกว่า 1 คน ร่วมกันวิเคราะห์และยืนยันความถูกต้องของข้อมูล 3) ด้านวิธีรวบรวมข้อมูล (Method) ที่เปรียบเทียบข้อมูลจากการสัมภาษณ์ร่วมกับการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (ผ่องพรรณ ทรัพย์มงคลกุล และ สุภาพ ฉัตรภรณ์, 2549)

2. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาทุนมนุษย์ในธุรกิจโรงแรมเครือข่ายนานาชาติหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ กำหนดเป็นขั้นตอนย่อยดังต่อไปนี้

2.1 ผู้วิจัยกำหนดประชากรด้วยการพิจารณาความเหมาะสมของกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 5.53 ล้านคน (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน, 2565) โดยใช้สูตรการคำนวณขนาดตัวอย่างของ Yamane (1973) ด้วยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบบอลหิมะ (Snowball sampling) กับกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ประกอบด้วย ตัวแทนกลุ่มพนักงานที่ปฏิบัติงานและมีส่วนร่วมในขั้นตอนการดำเนินงานพัฒนาทุนมนุษย์ภายในธุรกิจโรงแรมเครือข่ายนานาชาติ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเลือกขนาดความคลาดเคลื่อน ($e = 10\%$) หรือ 0.10 มีจำนวนตัวอย่าง 100 คน เพื่อความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 115 คน โดยจำนวน 15 คน ที่เพิ่มเติมเข้าเป็นจากคณาจารย์ หลักสูตรการจัดการโรงแรม หรือหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวในมหาวิทยาลัยกำกับของรัฐและเอกชน แห่งละ 1 คน ซึ่งเป็นกลุ่มคณาจารย์ที่ประสานงานกับทางโรงแรมเครือข่ายนานาชาติ เขตกรุงเทพมหานคร เพื่อส่งนักศึกษาของหลักสูตรเข้าฝึกงานในแต่ละภาคการศึกษา

2.2 ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสร้างแบบจำลองชุดคำถามจากข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อพัฒนาเป็นแบบสอบถามที่มีข้อความปลายเปิด แบ่งออกเป็น 2 ส่วนหลัก แบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบ

รายการ (Check list) ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ สมรส ระดับการศึกษา หน่วยงาน ประสบการณ์ในสายอาชีพ ปัจจุบัน และรายได้ต่อเดือน มีจำนวนทั้งหมด 7 ข้อ และเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาทุนมนุษย์ในธุรกิจโรงแรมเครือข่ายนานาชาติที่ 3 ด้าน ได้แก่ 1) ทุนทางสังคม 2) ทุนทางอารมณ์ และ 3) ทุนทางปัญญา มีจำนวนทั้งสิ้น 27 ข้อ โดยใช้ลักษณะคำถามแบบประเมินค่าระดับคะแนน (Rating scales)

2.3 ผู้วิจัยทดสอบความสมบูรณ์ของเนื้อหา (Context validity) โดยการนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นจากข้อมูลจากกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อพิสูจน์ค่าดัชนีความเที่ยงตรงหรือค่า IOC (Index of item Objective Congruence) กับคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิที่เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านบริหารธุรกิจและการจัดการโรงแรม จำนวน 3 คน โดยค่า IOC มีค่ามากกว่า 0.6 เป็นการแสดงถึงความพร้อมของแบบสอบถามที่สามารถนำไปใช้ได้ลำดับต่อไป (Rovinelli and Hambleton, 1977) ร่วมกับการพิสูจน์ค่าดัชนีความเที่ยงตรงกับอาสาสมัครที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเพื่อทดสอบความเข้าใจในข้อคำถาม จำนวน 30 ตัวอย่าง หลังจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจะนำข้อมูลมาหาความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's Alpha) (Cronbach, 1990) มากกว่า 0.75 ขึ้นไป

2.4 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

1. ข้อจำกัดและอุปสรรคต่อการพัฒนาทุนมนุษย์ในธุรกิจโรงแรมเครือข่ายนานาชาติในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 พบว่า การฝึกอบรมในรูปแบบออนไลน์ถูกนำมาใช้ทดแทนการอบรมพัฒนาทักษะในที่ตั้งเพื่อลดการรวมกลุ่มของพนักงานตามมาตรการของรัฐในช่วงเริ่มต้นการแพร่ระบาดระลอกแรกปี พ.ศ. 2563 ซึ่งเป็นรูปแบบการเรียนรู้ที่ต้องอาศัยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปที่กลุ่มพนักงานอาจยังไม่คุ้นเคยกับแนวทางใหม่และการใช้อุปกรณ์ อาทิ การเปิด - ปิดไมโครโฟนหรือกล้อง รวมทั้งพนักงานขาดโทรศัพท์มือถือรุ่นที่รองรับการประชุมและคุณภาพสัญญาณอินเทอร์เน็ต

นอกจากนี้ ธุรกิจโรงแรมยังคงสูญเสียอัตรากำลังคนไปเป็นจำนวนมากเนื่องจากโครงสร้างรายได้ของโรงแรมที่ไม่สามารถแบกรับค่าใช้จ่ายคงที่จำนวนมาก รายได้ของพนักงานที่ไม่เพียงพอ และความหวาดกลัวของพนักงานต่อการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 เนื่องจากลักษณะงานของธุรกิจโรงแรมเป็นงานบริการที่ต้องสัมผัสกับนักท่องเที่ยวจำนวนมาก ในขณะที่เดียวกันผลกระทบด้านต้นทุนการดำเนินงานของแผนกทรัพยากรมนุษย์ เริ่มจากต้นทุนการจ้างงานพนักงานรายวัน การฝึกอบรม รวมถึงการจ้างวิทยากรจากภายนอกและต้นทุนอื่นๆ อาทิ การจัดซื้อชุดตรวจแอนติเจนให้กับพนักงานแบบรายสัปดาห์เพิ่มสูงขึ้น หรือแม้กระทั่งการจัดสรรวัคซีนให้กับพนักงานแต่ละแผนก

2. การวิเคราะห์กลยุทธ์การพัฒนาทุนมนุษย์ในธุรกิจโรงแรมเครือข่ายนานาชาติหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 พบว่า กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักได้นำเสนอความสอดคล้องเป็น 4 ขั้นตอนดังนี้

2.1 แผนกทรัพยากรมนุษย์ได้คาดการณ์ถึงลักษณะการพัฒนาทุนมนุษย์ในอนาคตทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ 1) ทุนทางสังคมส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานและการสร้างความเท่าเทียมให้แก่พนักงาน 2) ทุนทางอารมณ์ด้วยการปลูกฝังวัฒนธรรมองค์กรที่ดีให้กับพนักงาน 3) ทุนทางปัญญายกระดับทักษะความเป็นมืออาชีพ ร่วมกับการเพิ่มเติมทักษะใหม่ให้เหมาะสมกับงานที่เปลี่ยนแปลงไปในยุควิถีชีวิตใหม่

2.2 การวางแผนการยกระดับทักษะและความเป็นมืออาชีพ โดยการย้ายตำแหน่งงาน และการเพิ่มพูนความรู้ในตำแหน่งงานที่องค์กรต้องการ อาทิ พนักงานแผนกรักษาความสะอาดไปเรียนรู้ทักษะของแผนกจัดเลี้ยง

2.3 การปรับแผนฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทุนมนุษย์ตามความต้องการและความเหมาะสมของแต่ละบุคคลถูกให้ความสนใจ พร้อมกับการนำหลักสูตรฝึกอบรมออนไลน์เข้ามาปรับใช้ในบางหัวข้อ โดยที่ยังไม่ละทิ้งการฝึกอบรมแบบผสมผสาน

2.4 การให้ความสำคัญกับการใช้เทคโนโลยี เพื่ออำนวยความสะดวกระหว่างการฝึกอบรมแล้วยังนำไปเป็นเครื่องมือที่ทำให้การบริการมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

3. ความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การพัฒนาทุนมนุษย์ในโรงแรมเครือข่ายนานาชาติหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 พบว่า กลุ่มตัวอย่างสังกัด

หน่วยงานโรงแรมเครือข่ายนานาชาติ คิดเป็นร้อยละ 87 รองลงมา คือ มหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ คิดเป็นร้อยละ 8 และมหาวิทยาลัยของเอกชน คิดเป็นร้อยละ 5 โดยกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 64 มีอายุอยู่ในช่วง 25 – 34 ปี และ 35 – 44 ปี ในอัตราเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 40 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 64 มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 56 มีประสบการณ์ในสายอาชีพปัจจุบัน 5 – 7 ปี คิดเป็นร้อยละ 34 และมีรายได้ต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 28

สำหรับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาทุนมนุษย์ในธุรกิจโรงแรมเครือข่ายนานาชาติหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 แต่ละด้าน มีรายละเอียดตามตารางที่ 1 – 3 ดังนี้

ตารางที่ 1 การพัฒนาทุนมนุษย์ในธุรกิจโรงแรมเครือข่ายนานาชาติหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ด้านทุนทางสังคม

ด้านทุนทางสังคม	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. การส่งเสริมให้พนักงานทุกคนมีคุณธรรมและจริยธรรมในการปฏิบัติงาน	4.86	0.45	มากที่สุด
2. การสำรวจความต้องการของพนักงานที่มีต่อหัวข้อการฝึกอบรมพัฒนาทุนมนุษย์	4.44	0.86	มากที่สุด
3. การเพิ่มความน่าสนใจระหว่างการฝึกอบรมพัฒนาทุนมนุษย์ด้วยการกระตุ้นการตอบสนอง การแสดงความคิดเห็น และการมีปฏิสัมพันธ์อื่นๆ	4.36	0.85	มากที่สุด
4. การส่งเสริมให้พนักงานทุกคนนำความรู้ที่ได้จากการฝึกอบรมพัฒนาทุนมนุษย์มาใช้ในการปฏิบัติงาน สามารถแก้ไขปัญหาและส่งเสริมประสบการณ์เพื่อร่วมกันปรับปรุงกระบวนการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพ สามารถตอบสนองวัตถุประสงค์ขององค์กร	4.58	0.64	มากที่สุด
5. การสนับสนุนบทบาทของผู้ฝึกอบรมประจำแผนก (Departmental Trainer) เพื่อให้เกิดการปฏิบัติงานร่วมกันด้วยดีระหว่างแผนกทรัพยากรมนุษย์และแผนกอื่นๆ	4.44	0.64	มากที่สุด

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ด้านทุนทางสังคม	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
6. การให้ความสำคัญกับการสื่อสาร และการสร้างปฏิสัมพันธ์ เพื่อนำไปสู่การช่วยเหลือเกื้อกูลกันระหว่างพนักงานภายในองค์กร	4.58	0.64	มากที่สุด
7. การสอดแทรกวัฒนธรรมองค์กรในทุกกระบวนการปฏิบัติงานและทุกๆ กิจกรรม	4.34	0.84	มากที่สุด
8. การส่งเสริมการสร้างเครือข่ายเพื่อพัฒนาทุนมนุษย์ในธุรกิจโรงแรม เช่น การสร้างความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาในการรับนักศึกษาฝึกงาน เป็นต้น	4.44	0.64	มากที่สุด
รวม	4.50	0.55	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า ด้านทุนทางสังคมมีค่าเฉลี่ยรวมมากที่สุด โดยข้อคำถามทุกข้อมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากันทุกข้อ เมื่อจำแนกรายข้อพบว่า การส่งเสริมให้พนักงานทุกคนมีคุณธรรมและจริยธรรมในการปฏิบัติงานมีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด

ตารางที่ 2 การพัฒนาทุนมนุษย์ในธุรกิจโรงแรมเครือชายนานาชาติหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ด้านทุนทางอารมณ์

ด้านทุนทางอารมณ์	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. การชี้แจงถึงประโยชน์ของการฝึกอบรมพัฒนาทุนมนุษย์แต่ละหัวข้อก่อนเริ่มกิจกรรมเพื่อให้เกิดความเข้าใจและเต็มใจที่จะเข้าร่วม	4.50	0.58	มากที่สุด
2. การจัดฝึกอบรมเกี่ยวกับการบริหารอารมณ์ในสถานการณ์ต่างๆ เพื่อให้พนักงานเกิดความเข้าใจ และรู้ทันอารมณ์ของตนเอง ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจของพนักงาน	4.46	0.70	มากที่สุด
3. การเพิ่มหัวข้อการฝึกอบรมพัฒนาทุนมนุษย์ด้านการสร้างสมดุลระหว่างการปฏิบัติงานและการดำรงชีวิต (Work Life Balance) อย่างเหมาะสม	4.26	0.89	มากที่สุด
4. การเพิ่มหัวข้อการฝึกอบรมพัฒนาทุนมนุษย์ด้านความปลอดภัยทางสาธารณสุขที่ได้รับการปรับปรุงตามรอบระยะเวลาที่กำหนด	4.36	0.82	มากที่สุด

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ด้านทุนทางอารมณ์	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
5. การใช้เทคโนโลยีที่เป็นมิตรกับพนักงานทุกคนเพื่ออำนวยความสะดวกระหว่างปฏิบัติงานและการฝึกอบรมพัฒนาทุนมนุษย์ เช่น ซอฟต์แวร์และเครื่องมือประกอบการปฏิบัติงานใหม่ๆ เป็นต้น	4.44	0.70	มากที่สุด
6. การส่งเสริมให้พนักงานทุกคนเกิดความรู้สึกเป็นเจ้าขององค์กร	4.52	0.64	มากที่สุด
7. การส่งเสริมให้พนักงานทุกคนมีความภาคภูมิใจในตำแหน่งหน้าที่ และพร้อมที่จะปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมาย	4.52	0.61	มากที่สุด
8. การสนับสนุนให้พนักงานรับฟังและเคารพข้อคิดเห็นของเพื่อนร่วมงานเพื่อนำมาปรับปรุงข้อบกพร่อง รวมทั้งยังก่อให้เกิดการยอมรับและความพร้อมพัฒนาตนเอง	4.56	0.64	มากที่สุด
9. การสนับสนุนให้พนักงานมีการแสดงความคิดเห็นและแสดงความรู้สึกที่สร้างสรรค์ต่อเพื่อนร่วมงาน	4.54	0.64	มากที่สุด
รวม	4.46	0.56	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 พบว่า ด้านทุนทางอารมณ์มีค่าเฉลี่ยรวมมากที่สุด โดยข้อคำถามทุกข้อมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากันทุกข้อ เมื่อจำแนกรายข้อพบว่า การสนับสนุนให้พนักงานรับฟังและเคารพข้อคิดเห็นของเพื่อนร่วมงานเพื่อนำมาปรับปรุงข้อบกพร่อง รวมทั้งยังก่อให้เกิดการยอมรับและความพร้อมพัฒนาตนเองมีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด

ตารางที่ 3 การพัฒนาทุนมนุษย์ในธุรกิจโรงแรมเครือชายนานาชาติหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ด้านทุนทางปัญญา

ด้านทุนทางปัญญา	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. การส่งเสริมให้พนักงานทุกคนเฝ้าหาความรู้ที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงานจากแหล่งต่างๆ อาทิ พนักงานในแผนกอาหารและเครื่องดื่มเข้าร่วมงานแข่งขันพัฒนาทักษะบาร์เทนเดอร์	4.24	0.93	มากที่สุด

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ด้านทุนทางปัญญา	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
2. การปรับทิศทางการฝึกอบรมพัฒนาทุนมนุษย์ตามความต้องการและความเหมาะสมเฉพาะบุคคล รวมถึงความเหมาะสมตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันและอนาคต	4.56	0.73	มากที่สุด
3. การฝึกอบรมพัฒนาทุนมนุษย์แบบผสมผสานด้วยการฝึกอบรมแบบเผชิญหน้าในที่ตั้งและการฝึกอบรมแบบออนไลน์ในบางหัวข้อตามความเหมาะสม	4.34	0.82	มากที่สุด
4. การถอดบทเรียนเมื่อสิ้นสุดการฝึกอบรมพัฒนาทุนมนุษย์ในทุกๆ ครั้ง	4.32	0.86	มากที่สุด
5. การสร้างและปรับปรุงคู่มือการฝึกอบรมพัฒนาทุนมนุษย์ในแต่ละตำแหน่งงาน	4.36	0.82	มากที่สุด
6. การสร้างเครื่องมือเพื่อตรวจสอบประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานระยะสั้น (OKR: Objective Key Result) สำหรับพนักงานที่ผ่านการฝึกอบรมพัฒนาทุนมนุษย์ เช่น แบบประเมินที่มีจำนวนข้อไม่มากเกินไปตามวัตถุประสงค์ขององค์กร เป็นต้น	4.22	0.78	มากที่สุด
7. การสนับสนุนการปฏิบัติงานแบบครบวงจรตำแหน่งงาน	3.80	1.16	มาก
8. การสนับสนุนการปฏิบัติงานได้หลากหลายหน้าที่	4.28	0.96	มากที่สุด
9. การสนับสนุนให้เกิดการโยกย้ายพนักงานไปปฏิบัติงานในโรงแรมอื่นภายใต้เครือข่ายเดียวกันทั้งในและนอกประเทศ	4.30	0.88	มากที่สุด
10. การลดขั้นตอนการปฏิบัติงานเพื่อให้พนักงานสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็วและเกิดประสิทธิภาพยิ่งขึ้น	4.30	0.95	มากที่สุด
รวม	4.46	0.56	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 พบว่า ด้านทุนทางปัญญามีค่าเฉลี่ยรวมมากที่สุด เมื่อจำแนกรายข้อพบว่า การปรับทิศทางการฝึกอบรมพัฒนาทุนมนุษย์ตามความต้องการและความเหมาะสมเฉพาะบุคคล รวมถึงความเหมาะสมตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันและอนาคต มีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด

อภิปรายผล

1. ข้อจำกัดและอุปสรรคต่อการพัฒนาทุนมนุษย์ในธุรกิจโรงแรมเครือข่ายนานาชาติในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 พบว่า การปรับเปลี่ยนการฝึกอบรมเป็นรูปแบบออนไลน์เป็นสถานการณ์ที่ยากลำบากต่อการกระตุ้นความสนใจการฝึกอบรม และการปรับตัวด้วยการพึ่งพาเทคโนโลยีเข้ามา ซึ่งต้องการอุปกรณ์สนับสนุนที่มีประสิทธิภาพเพียงพอ เช่น คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล โทรศัพท์มือถือ สัญญาณอินเทอร์เน็ต เป็นต้น ดังนั้น การดำเนินงานพัฒนาทุนมนุษย์ต้องจัดเตรียมเครื่องมือประกอบการฝึกอบรมให้กับพนักงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ โยชิตา หลวงสุรินทร์ และ วัชรวิชัยพัฒน์ ยุกตานนท์ (2564) พบว่า แนวทางการพัฒนาการจัดการการเรียนการสอนออนไลน์ต้องทำความเข้าใจให้กับผู้เรียน โดยการสร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล มีความน่าเชื่อถือและคำนึงถึงประโยชน์ต่อผู้เรียนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และติดตามผลการดำเนินการอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

2. การวิเคราะห์กลยุทธ์การพัฒนาทุนมนุษย์ในโรงแรมเครือข่ายนานาชาติหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 พบว่า เริ่มต้นจากการบูรณาการทุนมนุษย์ทั้ง 3 ด้านไปพร้อมกัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมทักษะการปฏิบัติงานที่ได้รับการคาดหวังในอนาคต ไม่ว่าจะเป็นการยกระดับทักษะและความเป็นมืออาชีพ หรือการพัฒนาทักษะใหม่ให้เหมาะสมกับงานที่เปลี่ยนแปลงไป โดยส่งเสริมให้องค์กรมีปฏิสัมพันธ์และยอมรับซึ่งกันและกันเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อสายงานต่างๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Wu, Wang and Ling (2021) พบว่า รูปแบบการพัฒนาทุนมีหัวใจสำคัญเกี่ยวกับการส่งเสริมให้สมาชิกเกิดการสื่อสารระหว่างแผนกที่เป็นจุดเริ่มต้นของการถ่ายทอดองค์ความรู้ภายในองค์กร รวมทั้งยังเป็นการส่งเสริมให้พนักงานเกิดการแสดงความคิดเห็นออกเสียง และการดูแลสภาพจิตใจของพนักงาน ซึ่งทั้งหมดช่วยสนับสนุนคุณภาพการบริการระหว่างพนักงานสู่พนักงาน

แนวทางการการปรับแผนฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทุนมนุษย์ให้เป็นไปตามความต้องการและความเหมาะสมของ

พนักงานแต่ละบุคคล ทั้งนี้ ทางแผนกทรัพยากรมนุษย์ ควรคำนึงถึงทักษะที่โรงแรมต้องการในแผนระยะยาวและความคุ้มค่าในการสร้างหลักสูตรในการพัฒนาแต่ละครั้ง สอดคล้องกับการศึกษาของ Lan, Wong and Guo (2021) พบว่าความเป็นไปได้ในการฝึกอบรมพัฒนาทุนมนุษย์จำเป็นต้องออกแบบให้เหมาะสมกับพนักงานส่วนใหญ่ที่ร้องขอหรือต้องการ โดยการสำรวจความคิดเห็นก่อนการจัดกิจกรรมแต่ละครั้ง เพื่อให้เกิดความพึงพอใจกับกิจกรรมการเรียนรู้ในระยะยาว ช่วยให้พนักงานมีความพร้อมต่อการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงจากภาวะวิกฤตการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19

3. ความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การพัฒนาทุนมนุษย์ในโรงแรมเครือข่ายนานาชาติหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 สามารถแบ่งออกเป็น 3 ด้านดังนี้

3.1 ด้านทุนทางสังคม พบว่า การสร้างกิจกรรมที่ช่วยพนักงานให้เกิดการเข้าถึงวัฒนธรรมองค์กร โดยพนักงานควรมีส่วนร่วมในการสร้างค่านิยมร่วมกัน และเกิดความภาคภูมิใจ ต่อองค์กร ผ่านกระบวนการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ De Souza Meira and Hancer (2020) พบว่า พนักงานเกิดการสนับสนุนขององค์กรและการปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังส่งผลทางบวกกับการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร ในระยะเวลาอันรวดเร็วพนักงานเกิดความผูกพันในองค์กรและเกิดความจงรักภักดี รวมทั้งพนักงานยังเกิดความตระหนักรู้ในคุณค่าของตนเอง ที่ช่วยบรรลุดัตถุประสงค์ทางธุรกิจ นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ แพมมาลา วัฒนเสถียรสินธุ์ (2559) พบว่า การสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันระหว่างพนักงาน เป็นส่วนหนึ่งในการสร้างวัฒนธรรมองค์กรต่อไปในระยะยาว โดยการรับฟังความคิดเห็นต่างๆ รวมกันในแต่ละช่องทางการสื่อสาร

3.2 ด้านทุนทางอารมณ์ พบว่า การสร้างกิจกรรมที่ช่วยพนักงานสามารถปรับตัวให้เข้ากับผู้อื่นได้โดยเฉพาะการแสดงความรู้สึกและความคิดเห็นให้อีกฝ่ายทั้งเพื่อนร่วมงาน หัวหน้างาน และนักท่องเที่ยวในโรงแรม ซึ่งการแสดงความเข้าใจในอารมณ์ของผู้อื่นช่วยพนักงานมีความสุขและมีคุณภาพชีวิตที่ดีตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของเจนรพ

เบียฟู (2561) พบว่า ความฉลาดทางอารมณ์ส่งผลต่อการประสบความสำเร็จในการปฏิบัติงานและความก้าวหน้าในสายอาชีพของพนักงาน เนื่องจากพนักงานที่มีความรู้เท่าทันอารมณ์ความรู้สึกของตนเองและผู้อื่นสามารถใช้ประโยชน์จากการตระหนักรู้ เป็นกระบวนการตอบสนองความต้องการทางจิตใจและแรงจูงใจในการความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Mahadiputra and Piartrini (2021) พบว่า การบริหารอารมณ์ด้วยกิจกรรมที่สร้างสรรค์ช่วยให้การปฏิบัติงานลดความเครียด และความวิตกกังวล ในขณะที่พนักงานที่มีทุนทางอารมณ์สูงจะมีความเข้าใจ และมีความเห็นอกเห็นใจผู้อื่น

3.3 ด้านทุนทางปัญญา พบว่า การสร้างกิจกรรมที่ช่วยพนักงานได้เกิดการเรียนรู้ทักษะใหม่ที่เป็นไปในโลกปัจจุบันมากที่สุด เช่น เทคโนโลยี สุขอนามัย การบริการที่มุ่งความเอาใจใส่ เป็นต้น รวมทั้งการเปิดโอกาสให้พนักงานได้ตัดสินใจเลือกเรียนรู้ในสิ่งที่ตนเองต้องการ หรือเสนอแนวทางให้มีการเวียนหรือย้ายตำแหน่งงานได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ นิศาชล จันทรานภาสวัสดิ์, วรวรรณ์ วรกุลพัชรวัฒน์ และ วิพล โชติวรรณชูลกุล (2562) ได้อธิบายว่า ทรัพยากรมนุษย์ด้านการท่องเที่ยวควรมีการบูรณาการข้ามสายงาน โดยประโยชน์จะตกกับตัวของพนักงานที่สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้หลากหลายตำแหน่ง นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธิติมา บุญธรรม (2559) พบว่า ทุนมนุษย์ที่มีคุณภาพสูงย่อมผ่านกระบวนการการพัฒนาด้านภาษาโดยให้ความรู้ การศึกษาดูงาน การศึกษาต่อเพื่อพัฒนาวิชาชีพในการให้บริการ เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันขององค์กรและพนักงาน ตลอดจนการให้พนักงานได้เรียนรู้พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม ช่วยให้การบริการมีความแม่นยำมากขึ้น

สรุปผลการวิจัย

แนวทางการกำหนดการพัฒนาทุนมนุษย์ขององค์กร ควรมีการบูรณาการทุนมนุษย์ให้ครอบคลุมทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านทุนทางสังคม ด้านทุนทางอารมณ์ และด้านทุนทางปัญญา เพื่อส่งเสริมมาตรฐานการบริการและความสามารถของพนักงานให้เป็นไปตามมาตรฐานของโรงแรมเครือข่ายระดับสากล และการยกระดับการบริการสู่ความเป็นมืออาชีพ

อีกทั้งพนักงานโรงแรมที่มีพื้นฐานทุนมนุษย์ที่ดียังสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ลดความผิดพลาดที่จะเกิดขึ้นในระหว่างให้บริการ และถ่ายทอดความรู้เหล่านี้ไปยังกลุ่มพนักงานรุ่นใหม่

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผลการวิจัยศึกษาพบว่า พนักงานที่ปฏิบัติงานกับทางโรงแรมมาเป็นระยะเวลานานกว่า 10 ปี อาจมีทัศนคติในแง่ลบต่อการใช้งานเทคโนโลยีที่เข้ามาช่วงการแพร่ระบาด และสร้างความยากต่อการปรับตัว ดังนั้น ทางผู้บริหารที่มีส่วนในการตัดสินใจในการสร้างสรรค์รูปแบบหรือเทคนิคการพัฒนาทุนมนุษย์ ควรให้ความสำคัญกับการสื่อสารที่ชัดเจน เพื่อสร้างความเข้าใจ และคำนึงถึงการฝึกอบรมทุนมนุษย์เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่เป็นมิตรกับผู้เรียน เพื่อการเปลี่ยนทัศนคติของพนักงานกลุ่มนี้ และยังสามารถทำให้กลุ่มพนักงานสามารถปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ปัจจุบัน

2. ผลการศึกษาค้นพบว่า บทเรียนจากการเปลี่ยนแปลงทางสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรที่อาจมีผลกระทบต่อขั้นตอนการดำเนินงานพัฒนาทุนมนุษย์ เช่นเดียวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ทางผู้บริหารสามารถนำแนวคิดการตั้งเป้าหมายเพื่อวัดผลความสำเร็จ (OKR: Object Key Result) เพื่อการประเมินผลการปฏิบัติงาน หรือแม้ผลการฝึกอบรมพัฒนาทุนให้แก่พนักงาน โดยกำหนดเป้าหมายที่สอดคล้องกับการดำเนินงานของโรงแรมในระยะสั้น ตลอดจนการพิจารณาความเป็นไปได้ในการประเมินผลที่สร้างผลผลิตทางการบริการผ่านพนักงาน และต้องไม่ทำให้พนักงานเกิดความรู้สึกกดดันมากเกินไป

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาเฉพาะหน่วยวิเคราะห์ข้อมูลในกลุ่มธุรกิจโรงแรมเครือข่ายนานาชาติเท่านั้น เพื่อให้เกิดการวิเคราะห์ผลการศึกษาในมุมมองที่แตกต่างออกไป ผู้วิจัยที่สนใจสามารถศึกษาในธุรกิจกลุ่มโรงแรมที่มีรูปแบบอิสระ (Independent) ที่มีขนาดกลางและขนาดย่อม ตลอดจนการขยายขอบเขตการวิจัยไปยังกลุ่มธุรกิจบริการอื่นๆ ที่มีต้องพัฒนาทุนมนุษย์ให้มีความพร้อมต่อการ

เปลี่ยนแปลง เช่น ธุรกิจจัดนำเที่ยว ธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น

2. การวิจัยครั้งนี้ ใช้เทคนิคการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มพนักงานที่ปฏิบัติงานภายในธุรกิจโรงแรมเครือข่ายนานาชาติ เขตกรุงเทพมหานคร และกลุ่มคณาจารย์ในมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐและเอกชน ผู้วิจัยที่สนใจสามารถศึกษามุมมองของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กระทรวงแรงงาน เป็นต้น ตลอดจนการเก็บรวบรวมความคิดเห็นจากกลุ่มนักท่องเที่ยวในฐานะผู้รับบริการ เพื่อนำข้อมูลที่ได้ค้นพบไปใช้สนับสนุนแนวทางการพัฒนาทุนมนุษย์ในธุรกิจโรงแรมในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- กันยสินี ศิลปภาณิชย์. (2563). Industry Insight ธุรกิจโรงแรม. *TMB Analytics*, 1(2020), 1-3.
- เจนรพ เบี้ยฟู. (2561). *ความฉลาดทางอารมณ์ ความสนิทสนมกับเพื่อนร่วมงาน แรงบันดาลใจ การสื่อสารและความก้าวหน้าในอาชีพที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการทำงานของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตสීමเมืองกรุงเทพมหานคร (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, ปทุมธานี.
- ฐานเศรษฐกิจดิจิทัล. (2565, เมษายน). วิบากกรรม "ธุรกิจโรงแรมไทย" ต้นทุนพุ่งซ้ำเติมโควิด-19. สืบค้นจาก <https://www.thansettakij.com/business/521638?as&fbclid=IwAR2W1N1VCMJEuJKg0IdUAdYNck6EAdt-PlskUXB WnoxWXkHjleC1XGA6-yM>.
- ธิดิมา บุญธรรม. (2559). *แนวทางการพัฒนาการดำเนินการด้านทุนมนุษย์เพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการของโรงแรมในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, สงขลา.
- นิศาชล จันทรานภาสวัสดิ์, วรวรรณ วรกุลพัชรวัฒน์ และ วิพล โชติวรรณชูลกุล. (2562). การบริหารทรัพยากรมนุษย์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 13(2), 439-453.

- ผ่องพรรณ ตรียมงคลกุล และ สุภาพ ฉัตรภรณ์. (2549). *การออกแบบการวิจัย*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- พุทธชาติ ลุนคำ. (2562). แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2562-64 ธุรกิจโรงแรมย่านกลางเมืองกรุงเทพฯ. *Krungsri Research*, (2562), 1-8.
- แพมลา วัฒนเสถียรสินธุ์. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อปัญหาการสื่อสารในองค์กร กรณีศึกษา บริษัท ยูไนเต็ด แสตนด์การ์ด เทอร์มินัล จำกัด (มหาชน). (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ปัญญา ปิติวรรณ และระชานนท์ ทวีผล. (2564). ทิศทางการพัฒนาทุนมนุษย์ในธุรกิจโรงแรมเครือข่ายนานาชาติในประเทศไทยหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19. *รายงานสืบเนื่องการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 9 ประจำปี 2564* (น. 437-452). การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 9 ประจำปี 2564 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร, เพชรบุรี.
- โยชิตา หลวงสุรินทร์ และ ธีรรัฐพัฒน์ ยุกตานนท์. (2564). การบริหารจัดการการเรียนออนไลน์ กรณีศึกษา: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี. *วารสารร่มพญักษ์*, 39(1), 125-140.
- สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน. (2565, มีนาคม). ข้อมูลทั่วไปด้านประชากร. สืบค้นจาก <https://www.boi.go.th/index.php?page=demographic&language=th>.
- สิริทิพย์ ฉลอง. (2563). ธุรกิจโรงแรม. *วารสาร GSB Research*, (2563), 1-6.
- อารีย์วรรณ อ่วมตานี. (2559). *การวิจัยเชิงคุณภาพทางการพยาบาล (Qualitative research in nursing)*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อนิรุทธิ์ ผ่องแผ้ว, ชนินทร์ วิษุฒิตา, สุขจิตต์ ณ นคร และ ศรัณญา ประทุนเพชร. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการโรงแรมห้าดาวในกรุงเทพมหานคร. *วารสารรัชต์ภาคย์*, 14(36), 163-172.
- Brien, A., Anthonisz, A. and Suhartanto, D. (2019). Human capital in the Dubai hotel industry: A study of four- and five-star hotels and the HR challenges they face. *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*, 18(2), 240-258.
- Cronbach, L. J. (1990). *Essentials of Psychological Testing*. London: Harper Collins.
- De Souza Meira, J. V. and Hancer, M. (2020). Using the social exchange theory to explore the employee-organization relationship in the hospitality industry. *International journal of Contemporary Hospitality Management*, 33(2), 670-692.
- Kulilung, T., Pratoon, K., and Jhun – indra, P. (2018). Factors affecting human capital management capability: An empirical investigation from hotel businesses in Thailand. *Journal of MCU Social Science Review*, 7(1), 196-211.
- Lan, J., Wong, I. A. and Guo, J. W. (2021). Service training intervention and time-variant personal growth. *International Journal of Hospitality Management*, 98, 1-10.
- Mahadiputra, I. G. E. S. and Piartrini, P. S. (2021). The Moderating Role of Emotional Intelligent On the Relationship among Job Stress, Organizational Justice and Counterproductive Behavior. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 5(1), 672-683.
- Rovinelli, R. J. and Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion – references test item validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 2, 49-60.
- Wu, X., Wang, J. and Ling, Q. (2021). Managing internal service quality in hotels: Determinants and implications. *Tourism Management*, 86, 1-13.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. New York: Harper & Row, Publishers, Inc.

**แนวทางพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสร้างความจงรักภักดีสำหรับนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา
ในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพ สโมสรบุรีรัมย์ยูไนเต็ด จังหวัดบุรีรัมย์**
Guidelines for Development Marketing Strategy Build Loyalty for Sport Tourism Attendance
Professional Football Buriram United Club in Buriram Province

วรงค์ ทิวทัศน์^{1*} ไพฑูรย์ มนต์พานทอง²

Warong Thiuthas^{1*} Paithoon Monpanthong²

Corresponding Author's Email: gopok25@hotmail.com^{1*}, mpaithoon@hotmail.com²

(Received: February 22, 2022; Revised: April 29, 2022; Accepted: September 16, 2022)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณมีวัตถุประสงค์ คือ เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาต่อส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีผลต่อการสร้างความจงรักภักดีในหมู่นักท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย และกำหนดกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง จำนวน 400 คน จากนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพสโมสรบุรีรัมย์ในช่วงปี พ.ศ. 2561 นำข้อมูลวิเคราะห์ด้วยการแจกแจงความถี่และค่ามัธยฐาน แล้วนำมาทดสอบความสัมพันธ์ด้วยไคสแควร์และทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมทางการตลาดและข้อคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดและความจงรักภักดีด้วยการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ ผลวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวเชิงกีฬาจะศึกษาข้อมูลจากเพื่อนและสื่อออนไลน์ก่อนเข้าชมการแข่งขันร้อยละ 83.75 รองลงมาคือเดินทางเข้าชมกันเองหรือมาคนเดียวเป็นกลุ่มร้อยละ 97 และมักเดินทางด้วยพาหนะของตนเองร้อยละ 91 โดยมาถึงก่อนเข้าชมการแข่งขันและมักอยู่ต่อหลังจบการแข่งขันแล้ว 1 วัน เนื่องจากปกติแล้วนักท่องเที่ยวมักมาชมการแข่งขันแล้วเดินทางกลับไม่มีการค้างแรมหรืออยู่ต่อ ซึ่งนักท่องเที่ยวที่มีการค้างแรมจะใช้บริการที่พักอาศัยในท้องถิ่นนานกว่า 1 วัน ร้อยละ 91.50 นอกจากนี้นักท่องเที่ยวเหล่านี้ ผู้ที่เคยซื้อและเคยใช้ผลิตภัณฑ์ของสโมสรแล้วมักซื้อซ้ำ มีความพึงพอใจสูงสุดกับชื่อเสียงของสโมสร การบริการข้อมูลการแข่งขัน การจัดการสนามแข่งขัน เห็นว่าราคาของผลิตภัณฑ์และของที่ระลึกมีความคุ้มค่า และเชื่อมั่นในส่วนประสมทางการตลาด ยินดีที่จะแนะนำบอกต่อ และซื้อหรือใช้บริการซ้ำ ดังนั้นจากการวิเคราะห์ผลดังกล่าวพบว่าปัจจัยส่วนบุคคล มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมและความต้องการในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผลสหสัมพันธ์แบบพหุคูณของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความจงรักภักดีในทุกด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และการถดถอยเชิงพหุคูณของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านอื่นๆ ไม่พบความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีโดยรวม

คำสำคัญ: กลยุทธ์ทางการตลาด ความจงรักภักดี การท่องเที่ยวเชิงกีฬา สโมสรบุรีรัมย์ยูไนเต็ด

Abstract

This research is the quantitative research. The objective is to study the behavior and needs of sports tourism to the marketing mix that affects to make loyalty in sport tourists. By using the questionnaire is the tool of research and to specify a sampling group by purposive sampling, to be total 400 people of sport tourists who visit the football competition of Buriram United Association, during 2018. To analyze the data by using frequency distribution and Median, as well as to test with chi square and correlation between the individual factor and marketing behavior, the

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโทสาขาการจัดการ คณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

² อาจารย์ประจำคณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

¹ Master's Student, Management, Graduate School of Tourism Management, National Institute of Development Administration

² Lecturer, Graduate School of Tourism Management, National Institute of Development Administration

opinion of marketing mix, and the loyalty by Multiple Correlation Analysis and Multiple Regression Analysis. The result of research was found that the sport tourists would educate data from the friends and online media before attending the competition to be 83.75 percentage, next to travel to visit by themselves or groups to be 97 percentage as well as, to travel by their vehicles to be 91 percentage to arrive before watching the competition and to stay after finished game for one day. Normally, the tourists often come to watch the competition and go home, not resting or staying. So, the tourists who stay here, will use service of local residence for more than one day to be 91.50 percentage. In addition, these tourists who used to buy and use the products of sport club, always repeating purchase. To have the most satisfaction of famous of association, service of competition data, field management, agree with price of products and souvenirs to be worthwhile and reliability of marketing mix, delight to recommend by word of mouth, buy or use repeating service. So, from analyzing that result was found that the individual of personnel has had relation with behavior and needs to attend the professional football match, statistically significant at the .05 level. By multiple correlation results of the marketing mix factor has have positive relation with loyalty every dimension, statistically significant at the .01 level. As well as, multiple regression of marketing mix factor; Product, Price, Physical and Process, statistically significant at the .05 level. For the other marketing mix factor, was not found that has had the relation with loyalty overall.

Keywords: marketing strategy, loyalty, sports tourism, Buriram united association

ความเป็นมาของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่สร้างรายได้แก่ประเทศไทย การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องและมีนักท่องเที่ยวมาใช้บริการอย่างสม่ำเสมอจึงเป็นยุทธศาสตร์สำคัญในการสร้างรายได้และกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค รูปแบบการท่องเที่ยวนอกจากจะประกอบด้วยกิจกรรมการเที่ยวหลักแล้ว ยังมีกิจกรรมการท่องเที่ยวอีกหลายรูปแบบที่กำลังเป็นที่นิยมมากขึ้น เช่น การท่องเที่ยวเชิงอาหาร กิจกรรมการประชุม กิจกรรมสุขภาพ และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ซึ่งกิจกรรมท่องเที่ยวใหม่ๆ เหล่านี้เป็นกิจกรรมสร้างรายได้สำคัญด้วยเช่นกัน (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2561) โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงกีฬาซึ่งเป็นกิจกรรมผสมผสานระหว่างการท่องเที่ยวและการแข่งขันกีฬา (วัชร ธีรียงกุล, 2558) อาจเป็นกีฬาประเภทเล่นเพื่อต้องการออกกำลังกาย เสริมสร้างสุขภาพของผู้เล่น หรือกีฬาเพื่อการแข่งขันระหว่างกัน ทั้งแบบเดี่ยวและทีมและยังครอบคลุมถึงกีฬาเพื่อการผจญภัยหรือเพื่อความสนุกสนาน หรือการท่องเที่ยวเกี่ยวกับกีฬาเพื่อสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ ให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น การเที่ยวชมพิพิธภัณฑ์กีฬา การชมการแข่งขัน การร่วมกิจกรรมเปิดตัวมหกรรมกีฬา เป็นต้น (สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2553)

การท่องเที่ยวเชิงกีฬาทำให้เกิดการเดินทางเพื่อเข้าร่วมในกิจกรรมการแข่งขันกีฬาของบุคคลมากมาย เช่น นักกีฬา ผู้ฝึกสอน ทีมงานสนับสนุนและผู้ชม จึงส่งผลทำให้เกิดการใช้บริการธุรกิจท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นด้วย เช่น ที่พัก/โรงแรม ร้านอาหาร พาหนะ การขนส่งและจราจร แหล่งบันเทิง แหล่งท่องเที่ยวและของที่ระลึก ซึ่งการใช้บริการเหล่านี้จะเกิดขึ้นในช่วงเวลาตั้งแต่ก่อนการแข่งขัน ไปจนจบหรือใช้บริการต่อเนื่องหลังการแข่งขัน มีทั้งกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยลำพังและเป็นหมู่คณะ ซึ่งความต้องการเช่นนี้ส่งผลต่อกิจกรรมท่องเที่ยวอื่นๆ มีอยู่ในชุมชนและพื้นที่โดยรอบ ยิ่งไปกว่านั้นยังกระตุ้นและสนับสนุนให้เศรษฐกิจท้องถิ่นหมุนเวียนมากขึ้น เช่น เกิดงานและการจ้างงาน เกิดการซื้อขาย เกิดการใช้บริการสาธารณะ เป็นต้น (Hritz and Ross, 2010) และยังกระตุ้นให้เกิดความสนใจและการเรียนรู้ทางวัฒนธรรมของชุมชนในหมู่นักท่องเที่ยว อันเป็นแรงจูงใจในการทำนุบำรุงฟื้นฟูอนุรักษ์ท้องถิ่นและชุมชน (Weed and Chris, 1997)

ดังนั้นสโมสรกีฬาฟุตบอลอาชีพบุรีรัมย์ยูไนเต็ดจึงเป็นตัวอย่างที่น่าสนใจ เนื่องจากเมื่อจัดตั้งเป็นสโมสรกีฬาฟุตบอลอาชีพขึ้น ในปี พ.ศ. 2555 และมีการแข่งขันฟุตบอลซึ่งจัดแข่งขันขึ้นประมาณ 33 นัดต่อปี ทำให้มีแฟนบอลเดินทางมาชมการแข่งขันเป็นจำนวนมากในแต่ละนัด และ

ตลอดทั้งปีมีนักท่องเที่ยวยิงกีฬาของสโมสรฯ เข้าชมการแข่งขันที่จังหวัดบุรีรัมย์เป็นจำนวนมาก ในปี พ.ศ. 2560 สถิติผู้ชมฟุตบอลไทยลีก พ.ศ. 2560 พบว่า ยอดรวมผู้ชมในสนามเหย้ามากที่สุด คือ ทีมสโมสรฯ บุรีรัมย์ ยูไนเต็ด โดยมีจำนวนผู้เข้าชมประมาณสามหมื่นคน และยอดรวมผู้ชมทั้งหมดในปี พ.ศ. 2560 มากที่สุด คือ ทีมสโมสรฯ บุรีรัมย์ ยูไนเต็ด จำนวน 236,137 คน มีรายได้รวมจากบัตรเข้าชม จำนวน 15,720,050 บาท และรายได้จากสินค้าที่ระลึก จำนวน 23,758,122 บาท จากสถานการณ์ข้างต้นส่งผลทำให้ผู้สนใจเข้ามาลงทุนในท้องถิ่นจำนวนมาก เช่น โรงแรมที่พัก อมารีบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด สนามแข่งรถยนต์ ช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต เป็นต้น จนกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ทำให้จังหวัดบุรีรัมย์มีแหล่งท่องเที่ยวให้เลือกเพิ่มขึ้น (ไทยรัฐ, 2556)

ด้วยเหตุนี้จากความสำคัญที่ได้กล่าวมา ผู้วิจัยจึงสนใจที่ศึกษาพฤติกรรมของและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการสร้างความจงรักภักดีในกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา ในการเข้าชมการแข่งขันกีฬาฟุตบอล เพื่อนำมาพัฒนากลยุทธ์การตลาดและดึงดูดนักท่องเที่ยวในการเข้าชมการแข่งขันกีฬาฟุตบอลอาชีพของสโมสรฯ เนื่องจากการทบทวนวรรณกรรมพบว่าการศึกษเกี่ยวกับความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาในบริบทพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ยังมีการศึกษาน้อย ผู้วิจัยจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะศึกษาความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาในการมาเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพในบริบทพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ โดยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทำให้ได้กรอบแนวคิดในการศึกษา คือ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ประกอบด้วย 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ ซึ่งปัจจัยทั้งหมดเหล่านี้จะส่งผลต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาในการมาเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพ สโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด จังหวัดบุรีรัมย์ ใน 5 มิติ ได้แก่ การบอกต่อเชิงบวก การกลับมาซ้ำ การมีส่วนร่วมในการปกป้อง ความเชื่อมั่น และความพึงพอใจ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาต่อส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีผลต่อการสร้างความจงรักภักดีในหมู่นักท่องเที่ยวเชิงกีฬา

แนวคิดและทฤษฎี

1. แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงกีฬาและการตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

จากการทบทวนวรรณกรรม ทำให้ได้ข้อสรุปว่าการแข่งขันกีฬาฟุตบอลอาชีพของสโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด มีลักษณะและองค์ประกอบตรงกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาดังที่ ไครยา หอมชื่น (2551) ศึกษาไว้ คือเป็นกิจกรรมกีฬาที่จัดขึ้นเป็นฤดูกาลมีบุคคลที่เกี่ยวข้องของเดินทางเข้าร่วมกิจกรรมมากมาย เช่น นักกีฬา ทีมผู้ฝึกสอน คณะเตรียมการแข่งขันและกรรมการ แฟนคลับ และผู้ชื่นชอบกีฬา ดังนั้นธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬานี้ จึงมีนักท่องเที่ยวสำคัญ คือ 1) นักกีฬา ผู้ควบคุมการฝึกซ้อม คณะกรรมการ 2) แฟนคลับของสโมสรและผู้ชื่นชอบกีฬาที่ติดตามชม 3) ผู้ให้การสนับสนุน และ 4) สื่อมวลชน ซึ่งความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาทั้ง 4 กลุ่มในข้างต้นจะประกอบไปด้วยปัจจัยทางการตลาด คือ 1) รับรู้ข้อมูลสนามแข่งขัน 2) รับบริการฝึกซ้อม 3) บริการที่พัก อาหาร และเครื่องดื่ม 4) บริการการเดินทางและขนส่งระหว่างที่พักและสนาม และ 5) บริการนำเที่ยวสำหรับวันที่ไม่มีการแข่งขัน (วัชร เชียงกุล, 2558)

2. แนวคิดเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา

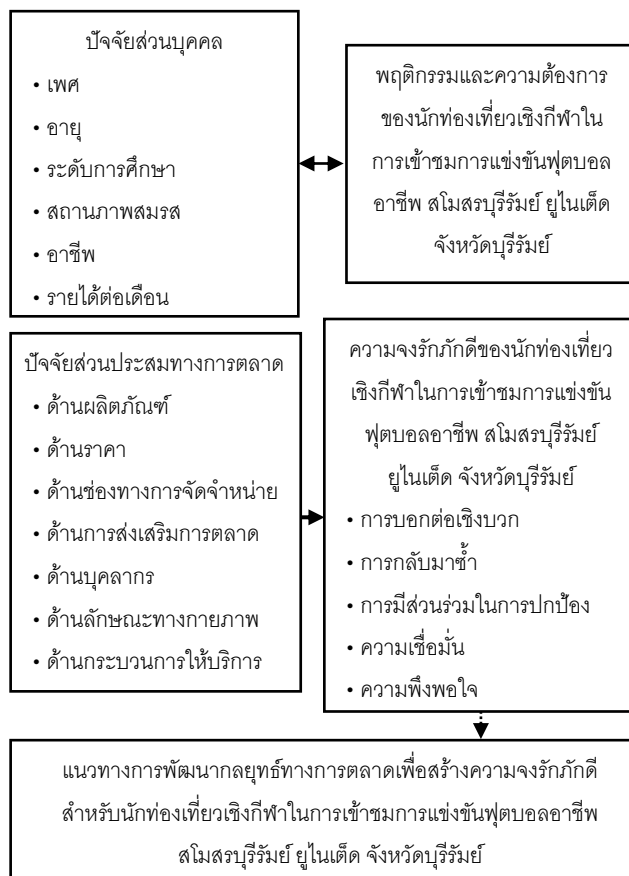
Griffin (1995) และ Gronroos (2000) ได้ศึกษาลักษณะสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าและบริการท่องเที่ยวที่มีความสอดคล้องกับคุณลักษณะการบริโภคของนักท่องเที่ยว พบว่าลักษณะสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่จะสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการจนเกิดการเลือกบริโภคนั้น มีด้วยกัน 7 ประการ (7Ps) คือ 1) ผลิตภัณฑ์/หรือบริการ (Product/Service) 2) ราคา (Price) 3) ช่องทางการจำหน่าย (Place) 4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) 5) พนักงาน (People) 6) กระบวนการให้บริการ (Process) และ 7) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical evidence) ดังนั้นลักษณะสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดของ

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจึงช่วยให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจได้ดีขึ้น และพบว่าผลความพึงพอใจในสินค้าและบริการนี้จะกลายเป็นความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ โดยสามารถวัดได้จากพฤติกรรม 5 ประการ คือ 1) มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของสินค้าหรือบริการ 2) มีความเชื่อมั่นต่อสินค้าหรือบริการ 3) เกิดการซื้อหรือใช้บริการซ้ำ 4) แนะนำหรือบอกต่อสินค้าหรือบริการนั้นแก่ผู้อื่น และ 5) มีส่วนร่วมในการปกป้องสินค้าหรือบริการนั้นๆ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์ และศุภร เสรีรัตน์, 2552)

3. แนวคิดเรื่องทัศนคติและความจงรักภักดี

จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับความจงรักภักดีพบว่า ทัศนคติของผู้ใช้บริการหรือลูกค้าที่มีต่อสินค้าหรือบริการขององค์กร เป็นความพึงพอใจ ความรู้สึกอย่างสม่ำเสมอว่าสินค้าหรือบริการให้ความคุ้มค่าจนเกิดความต้องการซื้อหรือใช้บริการซ้ำให้นานที่สุด (Assael, 1984; นพพล ครบปรัชญา, 2558) ทัศนคติ เกิดขึ้นจากการรับรู้และความเข้าใจในข้อมูลข่าวสาร หรือเกิดได้จากประสบการณ์ตรงหรือการมีส่วนร่วมในกิจกรรม เกิดเป็นความพึงพอใจ (ทัศนคติเชิงบวก) หรือไม่พึงพอใจ (ทัศนคติเชิงลบ) และทัศนคตินี้เองมีส่วนสำคัญทำให้นักลูกค้ามีพฤติกรรมสนับสนุน ส่งเสริมหรือโต้แย้งขัดขวางได้แต่ทัศนคติจากความพึงพอใจซ้ำๆ จะกลายเป็นทัศนคติถาวร 3 ด้าน ได้แก่ 1) ทัศนคติเชิงลบ 2) ทัศนคติเชิงบวก และ 3) ทัศนคตินิ่งหรือไม่มีทัศนคติ (เกตุสุดา เข้มแข็ง, 2550) แต่ทัศนคติสามารถเปลี่ยนได้จากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม เปลี่ยนแปลงสิ่งแวดล้อม การรับรู้ใหม่ๆ (Likert, 1932) ดังนั้นจึงสามารถพยากรณ์ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบทางการตลาด 7Ps กับระดับความพึงพอใจทัศนคติ และความจงรักภักดีต่อการเข้าชมการแข่งขันกีฬาฟุตบอลของสโมสรฯ ได้ 5 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) การบอกต่อเชิงบวก 2) การกลับมาซ้ำ 3) การมีส่วนร่วมในการปกป้อง 4) ความเชื่อมั่น และ 5) ความพึงพอใจ

กรอบแนวคิด



วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เดินทางมาเข้าชมการแข่งขันฟุตบอล สโมสรบุรีรัมย์ โดยผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์ในการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรการคำนวณของ Yamane (1973) จากจำนวนประชากรผู้เข้าชม ในปี พ.ศ. 2561 จำนวน 221,003 คน (ไทยลีกออนไลน์, 2561) จะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เดินทางเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพ ณ สนามช้างอารีนา จังหวัดบุรีรัมย์ เท่ากับ 400 คน

2. เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้านี้เป็นแบบสอบถาม โดยเป็นคำถามที่ได้มาจากการทบทวนวรรณกรรมมาและได้พัฒนามาจากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาสร้างเป็นข้อคำถามทั้งหมด 4 ส่วน ดังนี้

2.1 ส่วนที่ 1-2 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ข้อมูลพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา

2.2 ส่วนที่ 3-4 เป็นคำถามแบบปิดเกี่ยวกับการแสดงความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) และการแสดงความคิดเห็นต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาในการเข้าร่วมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพสโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด จังหวัดบุรีรัมย์

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ข้อมูลปฐมภูมิได้จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถาม ส่วนข้อมูลทุติยภูมิใช้เป็นข้อมูลสนับสนุนการศึกษาให้มีความสมบูรณ์มากขึ้น ซึ่งได้จากการค้นคว้าเอกสารงานวิจัย รวมทั้งรายงานการศึกษาอิสระและสารนิพนธ์ที่เกี่ยวข้องจากฐานข้อมูลต่างๆ ทั้งไทยและต่างประเทศ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 ตอนที่ 1-2 วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา ผู้ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา โดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติซึ่งประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ร้อยละ

4.2 ตอนที่ 3-4 วิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวและความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาในการเข้าร่วมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพ สโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด จังหวัดบุรีรัมย์ ด้วยวิธีประมวลผลทางสถิติเชิงพรรณนา โดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติซึ่งประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางควบคู่กับบรรยายและสรุปผลการดำเนินการ

4.3 ตอนที่ 5-6 ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้สถิติ Chi-square และทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาในการเข้าร่วมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพ สโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด จังหวัดบุรีรัมย์ โดยใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณและการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา ผู้เข้าร่วมการแข่งขันกีฬาฟุตบอลของสโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด

ตารางที่ 1 ค่าความถี่และร้อยละข้อมูลบุคคลของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาผู้เข้าร่วมการแข่งขันกีฬาฟุตบอลของสโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด 3 ลำดับแรก

ข้อมูลบุคคล	ลำดับ 1 (ร้อยละ)	ลำดับ 2 (ร้อยละ)	ลำดับ 3 (ร้อยละ)
เพศ	ชาย (71.50)	หญิง (26.00)	-
อายุ (ปี พ.ศ.)	2523-2540 (Gen Y) (46.25)	2508-2522 (Gen X) (32.25)	2492-2507 (Baby Boom) (16.00)
การศึกษา	ระดับ ปริญญาตรี (65.00)	สูงกว่าระดับ ปริญญาตรี (27.75)	ต่ำกว่าระดับ ปริญญาตรี (7.25)
สถานภาพ	สมรส (49.75)	โสด (45.75)	หย่าร้าง/หม้าย (4.50)
อาชีพ	พนักงานของรัฐ (32.25)	พนักงานเอกชน (29.75)	ธุรกิจส่วนตัว (14.00)
รายได้ต่อเดือน	20,001-30,000 (30.00)	10,001-20,000 (25.75)	30,001-40,000 (14.50)
ภูมิลำเนา	ภาคกลาง (44.75)	ภาคตะวันออก เฉิงเหินอ (18.25)	ภาคใต้ (16.75)

จากตารางที่ 1 พบว่า ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา ผู้เข้าร่วมการแข่งขันกีฬาฟุตบอลของสโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชายร้อยละ 71.50 อยู่ในช่วงเจนวาย (Gen Y) การศึกษาระดับปริญญาตรี หรือสูงกว่าถึงร้อยละ 92 เป็นผู้มีงานทำแล้ว ร้อยละ 75 มีรายได้เฉลี่ย 20,000-30,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 30 มีรายได้เฉลี่ย 10,000-20,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 25.50 และเป็นนักท่องเที่ยวผู้มีภูมิลำเนาจากภาคกลางเป็นส่วนใหญ่ ร้อยละ 44.75 และมาจากภาคตะวันออกเฉิงเหินอ ร้อยละ 18.25 ภาคเหนือ ร้อยละ 16.75 และภาคใต้ ร้อยละ 11.75 ตามลำดับ

2. พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา

ตารางที่ 2 ค่าความถี่และร้อยละของพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา

พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา	ลำดับ 1 (ร้อยละ)	ลำดับ 2 (ร้อยละ)	ลำดับ 3 (ร้อยละ)
1. แหล่งข้อมูลก่อนการเดินทางมาจังหวัดบุรีรัมย์	เพื่อนหรือคนรู้จัก (36.25)	Facebook (21.00)	YouTube (9.75)
2. ช่องทางในการมาท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์	Walk-in (47.50)	เว็บไซต์ (40.00)	อื่นๆ (7.00)
3. ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์	สื่อออนไลน์ (36.75)	เพื่อน (19.50)	สื่อประชาสัมพันธ์/โฆษณา (16.00)
4. ท่านเดินทางมาชมการแข่งขันฟุตบอลสโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด จังหวัดบุรีรัมย์ เป็นครั้งที่เท่าไร	ครั้งแรก (45.25)	ครั้งที่ 2 – 3 (32.25)	มากกว่า 5 ครั้ง (17.50)
5. ท่านเดินทางมาชมการแข่งขันฟุตบอลสโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด จังหวัดบุรีรัมย์ ก่อนกี่วัน	มาถึงก่อน 1 วัน (53.00)	มาถึงวันที่แข่งขัน (35.25)	มาถึงก่อน 2 วัน หรือมากกว่า (11.75)
6. ส่วนใหญ่ท่านเดินทางกลับหลังจากการแข่งขันฟุตบอลสโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด จังหวัดบุรีรัมย์ กี่วัน	อยู่ต่อ 1 วัน (60.00)	เดินทางกลับเลย (32.50)	อยู่ต่อ 2 วัน หรือมากกว่า (7.50)
7. ท่านเดินทางมาชมการแข่งขันฟุตบอลสโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด จังหวัดบุรีรัมย์ กับใคร	มากับเพื่อน (46.50)	มากับครอบครัว (28.75)	บริษัท/องค์กร (17.25)
8. จำนวนผู้ร่วมเดินทางมาชมการแข่งขันฟุตบอลสโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด จังหวัดบุรีรัมย์	2 - 3 คน (50.50)	4 - 5 คน (24.75)	มากกว่า 5 คน (15.25)
9. ลักษณะการเดินทางมาจังหวัดบุรีรัมย์	เดินทางมาเอง (91.50)	ซื้อทัวร์ (5.50)	อื่นๆ (3.00)
10. ชนิดของพาหนะที่ใช้ในการเดินทางเข้ามาจังหวัดบุรีรัมย์	รถยนต์ (65.50)	เครื่องบิน (20.75)	รถบัสหรือรถทัวร์ (8.50)
11. ท่านใช้บริการที่พักประเภทใด	โรงแรม/รีสอร์ท/บังกะโล (74.75)	บ้านเพื่อน/ญาติ (9.75)	ไม่เคยใช้บริการที่พัก (8.75)
12. ก่อนและหลังการแข่งขันฟุตบอลของสโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด ท่านทำกิจกรรมใดในจังหวัดบุรีรัมย์บ้าง	เที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (26.83)	รับประทานอาหารท้องถิ่น (25.8)	เที่ยวแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ (13.92)
13. ท่านเคยซื้อผลิตภัณฑ์ของสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ดหรือไม่	เคย (83.25)	ไม่เคย (16.75)	-
14. ท่านเคยซื้อผลิตภัณฑ์ของสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ดประเภทใดบ้าง	บัตรเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลหรือเข้าร่วมกิจกรรมที่ทางสโมสรจัดขึ้น (33.93)	เครื่องนุ่งห่ม เช่น เสื้อ กางเกง ผ้าพันคอ หมวก ถุงมือ (43.39)	เครื่องประดับและของที่ระลึก เช่น สร้อย พวงกุญแจ แก้วน้ำ สติกเกอร์ (12.68)
15. งบประมาณที่ท่านใช้จ่ายต่อครั้งสำหรับการเข้าชมฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด	1,000 - 2,000 บาท (38.00)	น้อยกว่า 1,000 บาท (22.75)	2,001 - 3,000 บาท (15.5)

จากตารางที่ 2 ข้อมูลก่อนเข้าชมการแข่งขันกีฬา โดยศึกษาข้อมูลจากเพื่อน และสื่อสังคมออนไลน์ ผ่านช่องทางการท่องเที่ยวแบบ Walk in และ Website ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจท่องเที่ยว คือ สื่อออนไลน์ เพื่อน สื่อประชาสัมพันธ์ และโฆษณา ส่วนใหญ่เป็นการเดินทางมาครั้งแรก หรือครั้งที่ 2-3 เดินทางมาชมการแข่งขันพร้อมกับเพื่อนหรือครอบครัว โดยมาคนเดียวและใช้รถยนต์เป็นหลัก และเครื่องบินบางส่วนและเดินทางมาถึงก่อนวันแข่งขัน 1 วัน และกลับหลังวันแข่งขัน 1 วัน และส่วนใหญ่พักแรมที่รีสอร์ทหรือโรงแรมของ

ท้องถิ่น ก่อนและหลังจากชมการแข่งขัน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มักใช้เวลาไปเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ของบุรีรัมย์ และไปรับประทานอาหารแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและซื้อของที่ระลึก

นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาฯ ส่วนใหญ่เคยซื้อผลิตภัณฑ์หรือใช้บริการของสโมสรกีฬาฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด เป็นการซื้อเครื่องนุ่งห่ม ตัวเข้าร่วมกิจกรรมและของที่ระลึก และใช้จ่ายในการซื้อแต่ละครั้งไม่เกิน 2,000 บาท ต่อครั้ง 1,000-2,000 บาท ร้อยละ 38 น้อยกว่า 1,000 บาทร้อยละ 22.75

3. ข้อคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาต่อส่วนประสมทางการตลาดในการเข้าชมการแข่งขันกีฬาฟุตบอล

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาต่อส่วนประสมทางการตลาดในการเข้าชมการแข่งขันกีฬาฟุตบอล

ข้อคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาต่อส่วนประสมทางการตลาดในการเข้าชมการแข่งขันกีฬาฟุตบอล		$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านผลิตภัณฑ์	1. เป็นสโมสรฟุตบอลที่มีสนามแข่งขันตามมาตรฐานสากล	4.35	0.66	มากที่สุด
	2. เป็นสโมสรที่มีชื่อเสียง มีผลการแข่งขันที่ดี	4.24	0.67	มากที่สุด
	3. เป็นสโมสรที่มีรูปแบบการเล่นน่าตื่นตาตื่นใจ	4.11	0.64	มาก
	4. มีนักฟุตบอลที่มีความสามารถและมีทักษะดี	4.11	0.62	มาก
	5. สโมสรคู่แข่งในแมตช์การแข่งขันนั้นๆ มีความน่าสนใจ	4.05	0.69	มาก
2. ด้านราคา	1. ราคาบัตรเข้าชมมีความเหมาะสม	3.79	0.69	มาก
	2. ราคาบัตรเข้าชมถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับสโมสรอื่นๆ	3.47	0.72	มาก
	3. บัตรเข้าชมการแข่งขันมีหลายระดับราคาให้เลือก	3.71	0.71	มาก
	4. ช่องทางการชำระเงินค่าบัตรเข้าชมมีความสะดวก และหลากหลาย	3.89	0.71	มาก
3. ด้านสถานที่	1. สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ภายในสนามแข่งขันมีความทันสมัย	4.08	0.66	มาก
	2. ที่ตั้งของสนามแข่งขันสามารถเข้าถึงได้สะดวก	4.08	0.76	มาก
	3. สนามแข่งขันมีความสะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย	4.16	0.72	มาก
	4. สนามแข่งขันสามารถรองรับผู้เข้าชมได้เพียงพอ	4.25	0.70	มากที่สุด
	5. มีป้ายและสัญลักษณ์บอกเส้นทางที่ชัดเจน	4.17	0.73	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	1. การโฆษณา ประชาสัมพันธ์การแข่งขันมีความน่าสนใจ	4.16	0.70	มาก
	2. กิจกรรมภายในบริเวณสนามแข่งขันมีความน่าสนใจ	4.01	0.71	มาก
	3. กิจกรรมส่งเสริมการตลาดอื่นๆ เช่น การลดราคา การจับรางวัลจากบัตรเข้าชม การแลกเข้าชมสินค้าที่ระลึก มีความน่าสนใจ	3.95	0.71	มาก
	4. การประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูล ข่าวสาร เพียงพอต่อการตัดสินใจซื้อ	4.04	0.70	มาก
5. ด้านบุคลากร	1. พนักงานที่เกี่ยวข้องภายในสนามแข่งขัน สามารถอำนวยความสะดวกได้เป็นอย่างดี	3.99	0.67	มาก
	2. พนักงานที่เกี่ยวข้องภายในสนามแข่ง มีมารยาท อารมณ์ดีและบุคลิกภาพที่ดีในการให้บริการ	3.98	0.70	มาก
	3. พนักงานที่เกี่ยวข้องภายในสนามแข่งขัน มีความใส่ใจการให้บริการและแก้ไขปัญหาได้รวดเร็ว	3.92	0.75	มาก
	4. พนักงานที่เกี่ยวข้องภายในสนามแข่งขัน มีความรู้ ความเข้าใจ สามารถให้ข้อมูลต่างๆ ได้เป็นอย่างดี	4.01	0.68	มาก
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	1. บรรยากาศของการแข่งขันฟุตบอลมีความน่าตื่นเต้น	4.13	0.67	มาก
	2. บรรยากาศของการเชียร์มีความน่าตื่นเต้น	4.11	0.74	มาก
	3. สโมสรมีบริการห้องน้ำที่เพียงพอ สะอาด และได้มาตรฐาน	4.04	0.74	มาก
	4. สโมสรมีสถานที่จอดรถเพียงพอ สะดวก และปลอดภัย	4.19	0.75	มาก
	5. สโมสรมีร้านขายสินค้าที่ระลึก	4.19	0.70	มาก
	6. สโมสรมีร้านอาหารที่เพียงพอ	4.02	0.75	มาก
7. ด้านกระบวนการ	1. การซื้อบัตรเข้าชมมีความสะดวกสบาย	3.97	0.70	มาก
	2. เวลาในการจัดการแข่งขันมีความเหมาะสม	4.01	0.68	มาก
	3. มีจุดบริการศูนย์ข้อมูลข่าวสารของสโมสร	3.94	0.72	มาก

จากตารางที่ 3 ข้อคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาต่อส่วนประสมทางการตลาดสำหรับการเข้าชมการแข่งขันกีฬาฟุตบอลของสโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด พบว่า นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาแสดงความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดในการ

เข้าชมการแข่งขันกีฬาฟุตบอล ทุกหัวข้อในระดับดีมากและดีที่สุดเฉพาะเรื่องผลิตภัณฑ์ สถานที่ บุคลากร และลักษณะทางกายภาพ

4. ข้อคิดเห็นของนักท่องเที่ยวยิงกีฬาต่อความจงรักภักดีในการเข้าชมการแข่งขันกีฬาฟุตบอล

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของนักท่องเที่ยวยิงกีฬาต่อความจงรักภักดีในการเข้าชมการแข่งขันกีฬาฟุตบอล

ข้อคิดเห็นของนักท่องเที่ยวยิงกีฬาต่อความจงรักภักดีในการเข้าชมการแข่งขันกีฬาฟุตบอล		$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ด้านการบอก ต่อเชิงบวก (Positive Word of Mouth)	1. ท่านมีความประทับใจและยินดีที่จะบอกเล่าสิ่งดีๆ ในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพ สโมสร บุรีรัมย์ ยูไนเต็ด จังหวัดบุรีรัมย์	4.08	0.72	มาก
	2. ท่านบอกต่อผู้อื่นๆ ให้มาเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพ สโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด จังหวัดบุรีรัมย์	3.98	0.75	มาก
	3. ท่านแนะนำการแข่งขันฟุตบอลอาชีพ สโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด จังหวัดบุรีรัมย์ ให้กับบุคคลที่ต้องการ คำแนะนำจากท่าน	3.98	0.73	มาก
2. ด้านการ กลับมา ท่องเที่ยวซ้ำ (Revisiting)	1. เมื่อมีฤดูกาลแข่งขันฟุตบอลอาชีพ ท่านจะเลือกเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลของสโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด จังหวัดบุรีรัมย์ เป็นอันดับแรก	3.86	0.75	มาก
	2. ท่านยินดีจะกลับมาเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพ สโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด จังหวัดบุรีรัมย์ มากกว่า 1 ครั้ง	3.96	0.77	มาก
	3. ท่านยินดีวางแผนจะมาเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพ สโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด จังหวัดบุรีรัมย์ กับ เพื่อน ญาติ พี่น้อง หรือคนรู้จักอีกในครั้งต่อไป	3.96	0.75	มาก
3. ด้านการมี ส่วนร่วมใน การปกป้อง (Share of Wallet)	1. ท่านจะปกป้องและให้เหตุผลโต้แย้งเมื่อผู้อื่นกล่าวสิ่งที่ไม่ถูกต้องต่อการแข่งขันฟุตบอลอาชีพ สโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด จังหวัดบุรีรัมย์	3.75	0.82	มาก
	2. ท่านยินดีที่จะให้ข้อมูลการแข่งขันฟุตบอลอาชีพ สโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด จังหวัดบุรีรัมย์ ในสิ่งที่ตน ได้รับประสบการณ์ที่ดี	3.97	0.76	มาก
	3. ท่านยินดีที่จะช่วยรักษาภาพลักษณ์ที่ดีให้กับการแข่งขันฟุตบอลอาชีพ สโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด จังหวัดบุรีรัมย์	3.94	0.79	มาก
4. ด้านความ เชื่อมั่น (Trust)	1. ท่านมีศรัทธาเชื่อมั่นกับการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพ สโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด จังหวัดบุรีรัมย์	3.88	0.75	มาก
	2. ท่านมีการไว้วางใจต่อสินค้าและบริการภายในสโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด จังหวัดบุรีรัมย์	3.98	0.76	มาก
	3. ท่านมีความเชื่อมั่นในจรรยาบรรณการให้บริการของพนักงานหรือเจ้าหน้าที่ของสโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด จังหวัดบุรีรัมย์	3.99	0.78	มาก
5. ด้านความ พึงพอใจ (Satisfaction)	1. ท่านมีความพอใจต่อความคุ้มค่ากับการใช้เงินเพื่อการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพ สโมสร บุรีรัมย์ ยูไนเต็ด จังหวัดบุรีรัมย์	4.00	0.74	มาก
	2. ท่านมีความพอใจต่อการบริการข้อมูลด้านการแข่งขันฟุตบอลอาชีพ สโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด จังหวัด บุรีรัมย์	3.98	0.72	มาก
	3. ท่านมีความพอใจต่อสินค้าและบริการของสโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด จังหวัดบุรีรัมย์	4.02	0.77	มาก

จากตารางที่ 4 ความจงรักภักดีจากข้อคิดเห็นของนักท่องเที่ยวยิงกีฬาเกี่ยวกับความจงรักภักดีในการเข้าชมการแข่งขันกีฬาฟุตบอลของสโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด พบว่านักท่องเที่ยวยิงกีฬา มีความจงรักภักดีในการเข้าชมการแข่งขันกีฬาฟุตบอลสโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด ในตัวแปรทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญในประเด็นของความพึงพอใจและความคุ้มค่าในการเข้าชม และสินค้าของที่ระลึกของสโมสร เนื่องจากมีความเชื่อมั่นและศรัทธากับการเข้าชมการแข่งขัน ตลอดจนการให้บริการของบุคลากรภายในสโมสร

ทำให้นักท่องเที่ยวยินดียิ่งที่จะบอกต่อความประทับใจในการเข้าชมการแข่งขันในครั้งต่อไป

5. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลบุคคลและความต้องการและพฤติกรรมในการเข้าชมการแข่งขันกีฬาฟุตบอล

ผู้ศึกษาได้นำข้อมูลบุคคลของนักท่องเที่ยวยิงกีฬา กลุ่มนี้ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้ต่อเดือน และภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวยิงกีฬา มาทดสอบความสัมพันธ์กับความต้องการและพฤติกรรมในการเข้าชมการแข่งขันกีฬาฟุตบอลสโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด

ด้วยค่าสถิติ Chi-square พบว่า ข้อมูลบุคคล มีความสัมพันธ์กับความต้องการในทิศทางเดียวกัน (ทิศทางบวก) ทุกกลุ่มตัวแปร

6. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างส่วนผสมทางการตลาดและความจงรักภักดีในการเข้าชมการแข่งขันกีฬาฟุตบอล

ผู้ศึกษาได้นำความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาด มาทดสอบความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple correlation analysis) และการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple regression analysis) พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน (7Ps) ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ

มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความจงรักภักดีโดยรวม และส่งผลทำให้เกิดการบอกต่อเชิงบวก การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ การมีส่วนร่วมในการปกป้อง ความเชื่อมั่น และความพึงพอใจ ดังผลต่อไปนี้

6.1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Multiple correlation analysis) ผลการทดสอบพบว่าปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้ต่อเดือน และภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมและความต้องการในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพ สโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด จังหวัดบุรีรัมย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 5 ผลวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Multiple correlation analysis)

	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆	X ₇	X ₈	X ₉	X ₁₀	X ₁₁	Y
ด้านผลิตภัณฑ์ (X ₁)	1.000											
ด้านราคา (X ₂)	0.359**	1.000										
ด้านสถานที่ (X ₃)	0.639**	0.500**	1.000									
ด้านการส่งเสริมการตลาด (X ₄)	0.526**	0.481**	0.657**	1.000								
ด้านบุคลากร (X ₅)	0.449**	0.425**	0.585**	0.659**	1.000							
ด้านลักษณะทางกายภาพ (X ₆)	0.634**	0.479**	0.729**	0.703**	0.713**	1.000						
ด้านกระบวนการ (X ₇)	0.483**	0.563**	0.685**	0.646**	0.671**	0.760**	1.000					
การบอกต่อเชิงบวก (X ₈)	0.529**	0.424**	0.583**	0.521**	0.559**	0.638**	0.593**	1.000				
การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ (X ₉)	0.455**	0.498**	0.551**	0.502**	0.513**	0.603**	0.599**	0.729**	1.000			
การมีส่วนร่วมในการปกป้อง (X ₁₀)	0.452**	0.402**	0.433**	0.444**	0.434**	0.527**	0.515**	0.651**	0.671**	1.000		
ความเชื่อมั่น (X ₁₁)	0.497**	0.430**	0.516**	0.481**	0.438**	0.576**	0.562**	0.678**	0.694**	0.771**	1.000	
ความพึงพอใจ (Y)	0.475**	0.466**	0.535**	0.533**	0.526**	0.632**	0.593**	0.698**	0.704**	0.712**	0.787**	1.000
ความจงรักภักดีโดยรวม	0.549**	0.507**	0.596**	0.566**	0.563**	0.679**	0.652**	0.854**	0.866**	0.871**	0.899**	0.891**

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 5 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความจงรักภักดีโดยรวมและความจงรักภักดีในทุกด้าน ได้แก่ การบอกต่อเชิงบวก การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ การมีส่วนร่วม

ในการปกป้อง ความเชื่อมั่น และความพึงพอใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

6.2 การทดสอบความสัมพันธ์การถดถอยกับความจงรักภักดีโดยรวม (Multiple regression analysis) ความจงรักภักดีโดยรวม

ตารางที่ 6 ผลทดสอบความสัมพันธ์การถดถอยกับความความจงรักภักดีโดยรวม (Multiple regression analysis)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ความจงรักภักดีโดยรวม		Beta	t	Sig.
	B	S.E.			
ค่าคงที่ (α)	0.11	0.19		0.61	0.54
1. ด้านผลิตภัณฑ์	0.20	0.05	0.17	3.71	0.00*
2. ด้านราคา	0.16	0.04	0.15	3.54	0.00*
3. ด้านสถานที่	0.02	0.05	0.02	0.40	0.68
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.03	0.05	0.02	0.55	0.58
5. ด้านบุคลากร	0.06	0.05	0.06	1.25	0.20
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	0.26	0.07	0.24	3.67	0.00*
7. ด้านกระบวนการ	0.21	0.05	0.21	3.66	0.00*
R= 0.54, F= 67.98, Sig.= .00, AdjR ² = 0.54					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 6 พบว่า ตัวแปรที่สามารถนำไปใช้ในการทำนายความจงรักภักดีโดยรวมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพ สโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด จังหวัดบุรีรัมย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ สำหรับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านอื่นๆ ไม่พบความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีโดยรวม เมื่อนำปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ นำไปใช้ในการทำนายความจงรักภักดีโดยรวมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพ สโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด จังหวัดบุรีรัมย์ ได้ค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย (AdjR²) เท่ากับ 0.540 โดยสามารถสร้างสมการทำนาย ได้ดังนี้

$$\text{ความจงรักภักดีโดยรวม} = (0.20) \text{ ด้านผลิตภัณฑ์} + (0.16) \text{ ด้านราคา} + (0.26) \text{ ด้านลักษณะทางกายภาพ} + (0.21) \text{ ด้านกระบวนการ}$$

ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีโดยรวมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพ สโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด จังหวัดบุรีรัมย์ สามารถอธิบายความผันผวนของตัวแปรอิสระต่อตัวแปรตามได้ร้อยละ 54.00 (AdjR²= 0.54) ซึ่งตัวแปรปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มี

อิทธิพลต่อความจงรักภักดีโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มี 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ โดยพบว่า ด้านลักษณะทางกายภาพ มีอิทธิพลสูงกว่าตัวแปรอื่น คิดเป็นร้อยละ 24.60 รองลงมาคือ ด้านกระบวนการ คิดเป็นร้อยละ 21.80 ด้านผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 17.40 และด้านราคา คิดเป็นร้อยละ 15.00 ตามลำดับ

อภิปรายผล

1. พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา

จากข้อมูลของงานวิจัยพบว่า ข้อมูลบุคคลของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา มีความสัมพันธ์กับความต้องการและพฤติกรรมในการเข้าชมการแข่งขันกีฬาฟุตบอลลีกสโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด จังหวัดบุรีรัมย์ โดย นักท่องเที่ยวเหล่านี้ส่วนใหญ่ศึกษาข้อมูลก่อนการเข้าชม เป็นการศึกษาข้อมูลจากเพื่อน สื่อออนไลน์ และสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่สโมสรฯ เผยแพร่ โดยเฉพาะเพื่อน และสื่อออนไลน์ เป็นผู้มีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจเข้าชมการแข่งขันกีฬาของสโมสร นักท่องเที่ยวเหล่านี้เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว เป็นการเดินทางมาคนเดียว และมาคนเดียวเป็นหมู่คณะหรือครอบครัว หรือเพื่อน 2-3 คน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ณัฐวัฒน์ พลศรี (2556) ข้อมูลของการเข้าชมกีฬา และเดินทางมาถึงพื้นที่การแข่งขันก่อน 1 วัน และกลับภายหลังการแข่งขันเสร็จสิ้นไปแล้ว 1 วัน นักท่องเที่ยวเหล่านี้จะใช้บริการที่พักของโรงแรม รีสอร์ท ที่พักในท้องถิ่น

และมักมีกิจกรรมเดินทางท่องเที่ยวต่อก่อนและหลังการแข่งขัน โดยไปท่องเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวโบราณสถาน แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ และไปร้านอาหารหรือร้านของที่ระลึก ซึ่งเป็นพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่สอดคล้องกับการศึกษาของ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) วัชร เชียงกูล (2558) และ ไศรยา หอมชื่น (2551)

2. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความจงรักภักดี

การแสดงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาต่อส่วนผสมทางการตลาด ในการเข้าชมการแข่งขันกีฬาฟุตบอลของสโมสร พบว่านักท่องเที่ยวมีข้อคิดเห็นและพึงพอใจต่อส่วนผสมทางการตลาด ในการเข้าชมการแข่งขันกีฬาฟุตบอลทุกหัวข้อ เช่น รูปแบบการเล่นกีฬาฟุตบอลของสโมสร รูปแบบการแข่งขันและผลสำเร็จหรือชัยชนะของทีม พึงพอใจอย่างมากกับการบริการจากบุคคลากร ความสะดวกสบายในการเข้าถึงช่องทางการจำหน่ายและชำระเงิน นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากที่สุดกับความสวยงามและความพร้อมของสนามแข่ง การจัดการของสนามแข่งขันและความสะดวกสบายในการเข้าถึงการแข่งขัน เช่น การจำหน่ายตั๋ว การให้ข้อมูล การเดินทางขนส่ง และการอำนวยความสะดวกในระดับดีที่สุดในระดับมากที่สุดและดีมาก ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ทำให้นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเกิดความศรัทธา เชื่อมั่น และจะใช้บริการซ้ำ และยินดีที่จะบอกเล่าหรือแนะนำให้ผู้อื่นเข้าชมการแข่งขัน สอดคล้องกับการศึกษาเรื่องการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และความจงรักภักดีของ รชพร จันทร์สว่าง (2545) และ วัชร เชียงกูล (2558) ส่วนผสมทางการตลาด 7Ps ที่มีผลต่อการสร้างความจงรักภักดี ในการเข้าชมการแข่งขันกีฬาฟุตบอลของสโมสรกีฬาฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด 4Ps ที่เป็นปัจจัยสร้างความจงรักภักดีสูงสุด คือปัจจัยเรื่องผลิตภัณฑ์ สถานที่ การส่งเสริมการตลาด และลักษณะทางกายภาพ และส่วนผสมทางการตลาด 3Ps ที่เหลือที่อยู่ในระดับดี ยังสามารถพัฒนาต่อยอดได้จากผลการวิจัย พบว่านักท่องเที่ยวเชิงกีฬามีทัศนคติและความจงรักภักดีสูงมากถึงมากที่สุด จนนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเหล่านี้ สามารถเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ของสโมสรกีฬาฟุตบอลบุรีรัมย์ จนสามารถบอกต่อ แนะนำ และจะใช้บริการซ้ำหรือซื้อซ้ำได้อีก และผลการทดสอบด้วยสถิติก็เชื่อมั่นได้ว่า ข้อมูล

เหล่านี้เชื่อถือได้ ซึ่งผลวิจัยนี้จึงเป็นไปตามหลักคิดเรื่อง การสร้างทัศนคติและความจงรักภักดี

อย่างไรก็ตาม จากข้อมูลวิจัยที่พบว่า นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่สนใจเข้าชมการแข่งขันกีฬาของสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ส่วนใหญ่เดินทางมาด้วยพาหนะของตนเอง มากันเป็นหมู่คณะ แต่ไม่พบข้อมูลว่านักท่องเที่ยวใช้การเดินทางด้วยบริษัททัวร์หรือท่องเที่ยวมากนัก แม้ว่านักท่องเที่ยวจะค้นหาข้อมูลจากเพื่อนและสื่อออนไลน์มาก่อน และอยู่ต่อเพื่อการท่องเที่ยวของตน หรือมีกิจกรรมที่ต้องการกระทำต่อ ทั้งก่อนหรือหลังการแข่งขัน แต่ไม่พบข้อมูลว่านักท่องเที่ยวเหล่านี้ต้องการการบริการท่องเที่ยวจากบริษัทนำเที่ยวมากนัก และจากข้อมูลที่พบในงานวิจัยนี้ พบว่าผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าชมการแข่งขันนี้ คือ เพื่อนและครอบครัว การเดินทางด้วยพาหนะส่วนตัว มากันเอง และมาโดยการ Walk in หากมีการเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลและการสร้างบริการนำเที่ยว หรือโปรแกรมการท่องเที่ยวโดยกลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยว จะช่วยสร้างรายได้และความเข้มแข็งให้แก่การท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้มากขึ้นอีก

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพสโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด จังหวัดบุรีรัมย์ ว่าปัจจัยใดที่ทำให้นักท่องเที่ยวเชิงกีฬา สามารถเพิ่มจำนวนการใช้จ่ายในแต่ละครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวได้อีกบ้าง
2. ควรมีการวิจัยศึกษาเชิงคุณภาพ ในฝ่ายของสโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด และฝ่ายนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยอาจใช้การสัมภาษณ์ เพื่อศึกษาวิธีการตอบสนองความต้องการและความต้องการของนักท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ของส่วนผสมทางการตลาด

เอกสารอ้างอิง

เกตุสุดา เข้มแข็ง. (2550). *ทัศนคติและความพึงพอใจที่มีต่อระบบฐานข้อมูลบุคลากรภาครัฐภายใต้โครงการจ่ายตรงสวัสดิการรักษายาบาลข้าราชการ* (รายงานการวิจัย). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

- ไทยลีกออนไลน์. (2561). สถิติผู้เข้าชมไทยลีก ปี 2561. สืบค้นจาก <https://www.thaileague.co.th/official/?r=Site/Index>
- ไทยรัฐ. (2556). บุรีรัมย์ฯ จ่อเปิดตัวโรงแรมหรูไฮสเปคฟุตบอลแห่งแรกในเมืองไทย. สืบค้นจาก <http://www.thairath.co.th>
- นพพล ครอบปรัชญา. (2558). *การสร้างความจริงรักภักดีสำหรับนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในการมาท่องเที่ยวประเทศไทย* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ดีไซน์.
- รชพร จันทรสว่าง. (2545). *การท่องเที่ยวเชิงกีฬา*. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วัชร เชียงกุล. (2558). *แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อตอบสนองของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์ และ ศุภร เสรีรัตน์. (2552). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2561). *ต่างชาติเที่ยวไทยปี 2561 เป้าหมายรายได้สูง 2 ล้านล้านบาท* (กระแสทรรศน์ ฉบับที่ 2895) สืบค้นจาก <https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/kecon/business/Pages/36759.aspx>
- ศรียา หอมชื่น. (2551). *ศตวรรษที่ 21 ของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา* (จุลสารวิชาการอิเล็กทรอนิกส์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย). สืบค้นจาก <http://www.etatjournal.com/upload/225/2SportTourism.pdf>
- สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2553). *เกี่ยวกับสภาฯ*. สืบค้นจาก <http://www.thailandtourismcouncil.org/th/about.php>
- Assael, H. (1984). *Consumer Behavior and Marketing Action*. Boston, MA: Kent.
- Griffin, J. (1995). *Customer loyalty: How to Earn it, How to keep it*. United States of America: An imprint of Free Press.
- Gronroos, C. (2000). *Service Management and Marketing A Customer Relationship Management Approach*. Hoboken: John Wiley and Sons, Ltd.
- Hritz, N., and Ross, C. (2010). The Perceived Impacts of Sport Tourism: An Urban Host Community Perspective. *Journal of Sport Management*, 24, 119-138.
- Likert, R. (1932). A Technique for the Measurement of Attitude. *Archives of Psychology*, 22(140), 55.
- Weed, M. and Chris, B. (1997). Influences on Sport Tourism Relations in Britain: The Effects of Government Policy. *Tourism Recreation Research*, 22(2), 5-12.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis* (3rd ed). New York: Harper and Row Publication.

ผลิตภัณฑ์และการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพล ต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่

Product and Promotion Affected to Decision Making to Use the Food Delivery Applications

วีรยุทธ ชุตติมารรังสรรค์^{1*} ณัฐกานต์ ชุตติมารรังสรรค์²

Werayut Shutimarrungson^{1*} Nattakarn Shutimarrungson²

Corresponding Author's Email: Werayutsh2@gmail.com¹

(Received: June 29, 2022; Revised: September 16, 2022; Accepted: November 7, 2022)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่าง เป็นประชาชนที่อยู่อาศัย ทำงานหรือกำลังศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครทั้งเพศชายและเพศหญิง มีช่วงอายุ 26-41 ปี ที่เคยใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ จำนวน 385 คน โดยใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถามออนไลน์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการศึกษพบว่า 1) ความคิดเห็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน สั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครภาพรวมอยู่ในระดับมาก 2) ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการศึกษานี้เป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการทำการปรับปรุงและพัฒนาส่งเสริมการตลาดและผลิตภัณฑ์เพื่อให้บริการบนแอปพลิเคชันสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่อย่างสม่ำเสมอ

คำสำคัญ: ส่วนประสมการตลาด แอปพลิเคชัน การสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ การตัดสินใจ

Abstract

The aims of this research are to: 1) study the level of marketing mix factors which affects to decision making to use the food delivery applications of generation Y consumers in Bangkok metropolitan area; and 2) examine marketing mix (4Ps) factors influencing on decision making to use the food delivery applications on generation Y consumers in Bangkok metropolitan area. Research samples were people who live, work, or study in Bangkok metropolitan area. The people samples were both male and female on generation Y, and they have used the food delivery applications. The number of samples were 385 by using convenience sampling method. The research instrument was online questionnaire. Statistics used for data analysis were percentage, frequency, mean, standard deviation, and multiple regression analysis. Research results revealed that: 1) the opinion level of marketing mix factors influencing on the decision making to use the food delivery application on generation Y consumers in Bangkok metropolitan area was high; and 2) marketing mix factors such as product and promotion affected decision making to use the food delivery application with the significant statistic level at .05. The research results have achieved a guideline for entrepreneurship to develop and revise service the food delivery applications.

Keywords: marketing mix, application, food delivery, decision making

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชาศึกษาศาสตร์ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

² อาจารย์ประจำสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

¹ Lecturer, Faculty of Education, Roi Et Rajabhat University

² Lecturer, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

ความเป็นมาของปัญหา

ปัจจุบันเทคโนโลยีดิจิทัลได้เข้ามามีอิทธิพลในการดำเนินชีวิตของมนุษย์เป็นอย่างมาก โดยจากการสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยผ่านแบบสอบถามออนไลน์ ปี พ.ศ. 2565 ของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม พบว่า เจเนอเรชันวาย (Generation Y) มีการใช้งานอินเทอร์เน็ตมากที่สุด โดยใช้เพื่อการติดต่อสื่อสารแบบออนไลน์ เพื่อทำกิจกรรมออนไลน์ เพื่อทำกิจกรรมเกี่ยวกับความบันเทิง เพื่อการซื้อขายสินค้าออนไลน์ เพื่อการทำธุรกรรมทางการเงิน เป็นต้น (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2565) ซึ่งผู้บริโภคเจเนอเรชันยานี้มีช่วงอายุที่มีความถนัดในการใช้เทคโนโลยี การใช้งานอินเทอร์เน็ต การใช้งานแอปพลิเคชันต่างๆ การดำเนินชีวิตมีการใช้เทคโนโลยีได้ง่าย มีความเข้าใจและเรียนรู้การใช้งานเทคโนโลยีได้อย่างสะดวก รวดเร็ว (นภัสวรรณ ไพรไพศาลกิจ, 2560)

จากสถานการณ์โควิด-19 ที่ผ่านมา ผู้ประกอบการธุรกิจต่างๆ ต้องปฏิบัติตามมาตรการของภาครัฐ ที่ได้ออกมาตรการจำกัดการให้บริการร้านอาหาร รวมถึงนโยบายการให้พนักงานทำงาน ณ ที่พักอาศัย (Work from home) รวมถึงแบบ Hybrid work ซึ่งจากมาตรการดังกล่าวส่งผลให้พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีความคุ้นเคยกับการสั่งอาหารแบบ Food delivery ผ่านแอปพลิเคชันการสั่งอาหารไปยังที่พักอาศัยหรือไปยังหน่วยงาน จากข้อมูลศูนย์วิจัยกสิกรไทยพบว่า ในปี พ.ศ. 2564 มูลค่าตลาดของการสั่งอาหารแบบ Food delivery เติบโตกว่า 46.4% ในปี พ.ศ. 2565 ได้คาดการณ์ว่าจะมีการเติบโตเพิ่มขึ้นที่ 4.5% โดยการขยายพื้นที่การทำการตลาดของผู้ให้บริการแพลตฟอร์ม Food delivery ต่างๆ อย่างต่อเนื่อง (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2564) ผู้ให้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ ได้มีการจัดทำส่งเสริมการตลาดแก่ผู้ใช้บริการเพื่อกระตุ้นการสั่งอาหารและควบคู่ไปกับการขยายการใช้งานไปยังผู้ใช้งานรายใหม่

ด้วยสภาวะการแข่งขันทางธุรกิจร้านอาหารที่สูงขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการร้านอาหารและบริการต้องปรับตัวอย่างมากเพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงการบริการของธุรกิจได้สะดวก รวดเร็ว ด้านผู้ให้บริการแพลตฟอร์มแอปพลิเคชันสั่งอาหารเดลิเวอรี่ จำเป็นต้องมีการปรับตัวอย่างต่อเนื่องเช่นกันไม่ว่าจะเป็นการจัดทำกลยุทธ์ด้านราคา ด้านการบริการ ด้านผลิตภัณฑ์บริการ

ที่หลากหลาย การขยายพื้นที่การให้บริการ เพื่อให้ลูกค้าได้เข้าถึงการบริการได้อย่างมีคุณภาพสะดวกและรวดเร็ว จากจำนวนผู้ให้บริการแพลตฟอร์มแอปพลิเคชันสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นรวมทั้งมีการแข่งขันในธุรกิจแพลตฟอร์มมากขึ้น งานวิจัยนี้จึงทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ของผู้บริโภคเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานครเพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการแพลตฟอร์มแอปพลิเคชันสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่และผู้ประกอบการธุรกิจบริการและร้านอาหารได้เป็นแนวทางในการปรับตัวของผู้ให้บริการ เพื่อปรับปรุงพัฒนาการบริการให้มีประสิทธิภาพ อีกทั้งการวางแผนจัดทำกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อให้ธุรกิจเติบโตเพิ่มยอดขายและดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับการดำเนินชีวิตแบบวิถีใหม่ของผู้บริโภคเจเนอเรชันวายต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ของผู้บริโภคเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ของผู้บริโภคเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประเภทของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

- 1.1 ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

- 1.2 ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ของผู้บริโภคเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

- 2.1 ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรที่อาศัยทำงานหรือกำลังศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครที่เคยใช้

แอปพลิเคชันสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่โดยไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

2.2 กลุ่มตัวอย่าง เป็นผู้ที่อยู่อาศัย ทำงานหรือกำลังศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครมีช่วงอายุ 26-41 ปีที่เคยใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ การกำหนดกลุ่มตัวอย่างได้จากการคำนวณจากสูตร Cochran (1977) ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และยอมรับความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่างได้ 5% ได้จำนวน 385 คน ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลจำนวน 385 คน และการเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการเลือกแบบสะดวกผ่านช่องทางเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก โดยใช้คำถามคัดกรองของผู้ตอบแบบสอบถามที่จะต้องมีส่วนอายุ 26-41 ปี ในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) สร้างตามความมุ่งหมายและกรอบแนวคิดที่กำหนดขึ้น โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ของผู้บริโภคเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 3 การตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ของผู้บริโภคเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

3.2 ผู้วิจัย นำ แบบ ส อ บ ทามที่ได้พัฒนา เสนอให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา เพื่อให้แก้ไขปรับปรุงข้อความให้เหมาะสม พร้อมทั้งพิจารณาความเหมาะสมสอดคล้องของรายการที่ถามในแบบสอบถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยใช้ดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องเท่ากับ 1.00 ทุกข้อ

3.3 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขไปตรวจสอบความเชื่อมั่น (Try-out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 50 คน เพื่อหาความเชื่อมั่น (Reliability test) โดยนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ความเชื่อมั่นด้วยวิธีของ Cronbach (1990) หากผลการวิเคราะห์ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาคสูงกว่า 0.70 จะนำไปใช้ใน

การเก็บรวบรวมข้อมูล (กัลยา วาณิชยปัญญา และ จิตา วาณิชยปัญญา, 2564)

ตารางที่ 1 ค่าความเชื่อมั่น (Reliability test) ของตัวแปร

ตัวแปร	ค่าความเชื่อมั่น (สัมประสิทธิ์อัลฟา ของครอนบาค)
ด้านผลิตภัณฑ์	0.79
ด้านราคา	0.78
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.86
ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.79
การตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่	0.91

จากตารางที่ 1 พบว่า ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรในแบบสอบถามส่วนที่ 2 ตัวแปรปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (Product) มีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค เท่ากับ 0.79 ด้านราคา (Price) มีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค เท่ากับ 0.78 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) มีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค เท่ากับ 0.86 และด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค เท่ากับ 0.79 และแบบสอบถามส่วนที่ 3 ตัวแปรการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ของผู้บริโภคเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร มีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค เท่ากับ 0.91 ซึ่งตัวแปรทุกตัวมีค่าสูงกว่า 0.70

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1 จัดทำแบบสอบถามออนไลน์ด้วย Google Form

4.2 ส่งลิงค์แบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเชิงปริมาณใช้การบรรยายด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) และวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple regression analysis) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบวัตถุประสงค์ในแต่ละข้อ ดังนี้

1. ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารแบบ

เดลิเวอรี่ของผู้บริโภคเจเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร สถิติที่ใช้คือ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ของผู้บริโภคเจเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร สถิติที่ใช้คือการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 385 คน เป็นเพศชายจำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 48.30 เพศหญิงจำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 51.70 ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 32-36 ปี จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 50.10 ส่วนใหญ่มีการศึกษาขั้นสูงสุดระดับปริญญาตรี จำนวน 306 คน คิดเป็นร้อยละ 79.50 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 45.70 และส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 25,000 บาท จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 40.30

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากการตอบแบบสอบถามสามารถนำมาวิเคราะห์ข้อมูลได้ผลการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ของผู้บริโภคเจเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร ภาพรวมความคิดเห็นอยู่ในระดับมากโดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 2 ระดับความคิดเห็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ของผู้บริโภคเจเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.48	0.19	มาก
2. ด้านราคา	4.45	0.27	มาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.47	0.23	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.45	0.25	มาก
ภาพรวม	4.46	0.21	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ของผู้บริโภคเจเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจใช้

แอปพลิเคชันสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.46$, S.D.= 0.21) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด 4 ด้าน ซึ่งด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{X} = 4.48$, S.D.= 0.19) รองลงมาคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 4.47$, S.D.= 0.23) ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ($\bar{X} = 4.45$, S.D.= 0.25, $\bar{X} = 4.45$, S.D.= 0.27 ตามลำดับ)

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ของผู้บริโภคเจเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ สรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 3 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's correlation coefficient) ระหว่างตัวแปรทำนาย

ตัวแปร	ผลิตภัณฑ์	ราคา	ช่องทางการจัดจำหน่าย	การส่งเสริมการตลาด
ผลิตภัณฑ์	-	0.62	0.73	0.56
ราคา		-	0.70	0.71
ช่องทางการจัดจำหน่าย			-	0.72
การส่งเสริมการตลาด				-

จากตารางที่ 3 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's correlation coefficient) ระหว่างตัวแปรทำนายต่างๆ พบว่า ตัวแปรทำนายทุกตัวมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ระหว่าง 0.56-0.73 และพิจารณารายคู่พบว่า คู่ที่มีขนาดความสัมพันธ์สูงสุด คือตัวแปรปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์กับตัวแปรปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.73 รองลงมาคือ ตัวแปรปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดกับตัวแปรปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.72 และตัวแปรปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดกับตัวแปรปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.71 ตามลำดับ ส่วนคู่ตัวแปรที่มีขนาดความสัมพันธ์กันต่ำที่สุดคือ ตัวแปร

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์กับตัวแปรปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.56 ซึ่งมีค่าไม่เกิน 0.60 เมื่อพิจารณา ค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแสดงให้เห็นว่า อยู่ในระดับปานกลาง (บุญศรี พรหมมาพันธุ์, 2561) และไม่พบปัญหาตัวแปรมีความสัมพันธ์ ซึ่งกันและกันสูง (Multicollinearity) สามารถนำตัวแปรทำนายไปวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณได้

ตารางที่ 4 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้ แอปพลิเคชันสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ของผู้บริโภคเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรพยากรณ์	B	Std. Error	Beta	t	p-value	VIF
ค่าคงที่ (constant)	0.46	0.22		2.09	.03*	
ผลิตภัณฑ์	0.29	0.05	0.22	5.16	.00*	1.45
การส่งเสริมการตลาด	0.59	0.04	0.57	13.42	.00*	1.45
R= 0.72, R ² = 0.52, Adjusted R ² = 0.51, F=207.35, p-value= .00, ความคลาดเคลื่อนในการทำนายเท่ากับ 0.18						

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ซึ่งอธิบายถึงค่าความแปรปรวนภายในแบบจำลองการถดถอยพหุคูณที่ใช้ในการทดสอบนัยสำคัญของสัมประสิทธิ์ (Coefficients' significance) การวิเคราะห์ One-way ANOVA อธิบายถึงอิทธิพลของตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาจากตารางที่ 4 ค่าสถิติทดสอบ F ที่ให้ค่า p-value น้อยกว่า .05 ซึ่งหมายความว่าตัวแปรอิสระปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (Product) และด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ซึ่งใช้ในสมการแบบจำลองการถดถอยพหุคูณเพื่ออธิบายตัวแปรตามการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ของผู้บริโภคเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเมื่อทดสอบด้วยสถิติที (t-test) พบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ของผู้บริโภคเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยลำดับอิทธิพลของตัวแปรที่มีสูงที่สุดคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Beta = 0.57) และด้านผลิตภัณฑ์ (Beta = 0.22) ตามลำดับ

จากการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ Variance Inflation Factor (VIF) ซึ่งควรมีค่าน้อยกว่า 10 (กัลยา วาณิชยปัญญา และ จูตา วาณิชยปัญญา, 2564) จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า VIF มีค่าเท่ากับ 1.45 ซึ่งไม่เกิน 10 แสดงว่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity และสามารถนำมาเขียนเป็นสมการแสดงความสัมพันธ์ได้ดังต่อไปนี้

$$\hat{Y} = 0.46 + 0.29X_{1(\text{ผลิตภัณฑ์})} + 0.59X_{4(\text{การส่งเสริมการตลาด})}$$

โดย $\hat{Y}$ คือ การตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ของผู้บริโภคเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

อภิปรายผล

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ของผู้บริโภคเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้พิจารณาประเด็นการอภิปรายผลดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านผลิตภัณฑ์/บริการ มีค่าสูงที่สุด รองลงมาคือด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านราคา ตามลำดับ ในส่วนระดับความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์/บริการมีค่าสูงที่สุด อาจเป็นผลมาจากผลิตภัณฑ์/บริการ ที่ให้บริการบนแอปพลิเคชันสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่เป็นบริการที่มีความจำเป็นสำหรับประชาชนที่พักอาศัยและทำงานในชุมชนเมืองขนาดใหญ่ มีร้านอาหารให้บริการบนแอปพลิเคชันที่หลากหลาย เลือกสั่งอาหารได้สะดวก จัดส่งอาหารได้รวดเร็วตรงเวลาที่คำนวณ

บนแอปพลิเคชัน มีความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือ ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ โดยสอดคล้องกับงานวิจัย กนกวรรณ นุชนารถ และ คณะ (2562) ได้ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจใช้บริการ Food delivery ในด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความคิดเห็นระดับมาก โดยแอปพลิเคชันมีความปลอดภัยน่าเชื่อถือ ทันสมัย และรวดเร็ว และงานวิจัยของณัฐศาสตร์ ปัญญานะ และ วัชรพจน์ ทรัพย์สงวนบุญ (2562) ทำการศึกษาถึงการตัดสินใจใช้บริการอาหารตามสั่งแบบจัดส่ง พบว่า การใช้บริการสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่นั้นสามารถอำนวยความสะดวกทดแทนการเดินทางออกไปบริโภคอาหารนอกบ้านได้เป็นอย่างดี บรรจุภัณฑ์ใส่อาหารปลอดภัย แอปพลิเคชันมีความน่าเชื่อถือซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการอยู่ในระดับมาก อีกทั้งสอดคล้องกับงานวิจัย พัชรพล ชัยวรรณเสถียร (2563) ได้ศึกษาการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดแพนด้า พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ซึ่งอาจเป็นผลมาจากการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันเป็นบริการที่ยังใหม่ผู้ใช้งานได้นิ่งถึงชื่อเสียงของตราสินค้าที่สามารถจดจำได้ง่าย ความสะดวกรวดเร็วในการใช้งาน รวมถึงความปลอดภัย ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก อาจเป็นผลมาจากผู้ให้บริการแอปพลิเคชันได้ให้บริการครอบคลุมทุกเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร สามารถเรียกใช้บริการแบบเร่งด่วนได้ แอปพลิเคชันใช้งานได้ง่าย แบ่งหมวดหมู่อาหารอย่างชัดเจน ติดตามสถานะการจัดส่งได้รวมถึงมีช่องทางการชำระเงินแบบออนไลน์ สอดคล้องกับงานวิจัย กนกวรรณ นุชนารถ และ คณะ (2562) การศึกษาการตัดสินใจใช้บริการ Food delivery พบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาดมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลส่งเสริมทางการตลาดผ่านช่องทางต่างอย่างต่อเนื่องๆ เช่น สื่อออนไลน์ โทรศัพท์ อีเมลล์ โฆษณาต่างๆ จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดร่วมกับร้านอาหาร จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดที่หลากหลาย ด้านราคาอัตราค่าบริการจัดส่งมีความเหมาะสมกับระยะทางการให้บริการ การบริการอาหารแยกหมวดหมู่ชัดเจน ค้นหาเมนูและเมนูอาหารระบุราคาชัดเจน และสอดคล้องกับงานวิจัยของพัชรพล ชัยวรรณเสถียร (2563) พบว่าการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดแพนด้า ผู้บริโภคได้คำนึงถึงความสะดวกสบายแอปพลิเคชันมีความหลากหลาย

ในช่องทางการชำระเงินและช่องทางการสั่งอาหาร และสามารถเรียกใช้บริการแบบด่วนหรือล่วงหน้าได้ และในด้านราคาพบว่า ผู้ให้บริการแอปพลิเคชัน อัตราค่าอาหารและค่าบริการมีความเหมาะสม มีความคุ้มค่ากับค่าบริการที่ชำระผ่านแอปพลิเคชัน แอปพลิเคชันสั่งอาหารมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด การให้ส่วนลดค่าอาหารและค่าจัดส่ง การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางที่หลากหลาย

2. ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ของผู้บริโภคเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครสูงที่สุดโดยมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดอย่างสม่ำเสมอ เช่น การสะสมคะแนนเพื่อแลกของรางวัล การให้ส่วนลดแก่ลูกค้าหรือสมาชิก มีการประชาสัมพันธ์โดยใช้ผู้มีชื่อเสียงในสื่อสังคม เช่น ดารา ศิลปิน ผ่านช่องทางสื่อต่างๆ ที่หลากหลาย ซึ่งผลการวิจัยสอดคล้องกับการศึกษาของฐิติรัตน์ มีมาก, กิรณา แก้วสุน และ รัตกร บุญสวาท (2564) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์ช่วงโควิด-19 ของบุคลากรในสถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ พบว่าจากการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบุคลากรให้ความสำคัญกับด้านการส่งเสริมการตลาดมากที่สุด และสอดคล้องกับการศึกษาของกรวิทย์ เขมะพันธุ์มนัส และ คณะ (2565) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารออนไลน์ของผู้บริโภคเจนเอเรชั่นแซดในจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ด้านการส่งเสริมการตลาด มีระดับอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารออนไลน์ของผู้บริโภคเจนเอเรชั่นแซดสูงที่สุดซึ่งในการส่งเสริมการตลาดในเรื่องการใช้โค้ด (CODE) ลดราคาสำหรับการซื้ออาหารครั้งแรกจะกระตุ้นให้ต้องการซื้อสินค้าและส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารออนไลน์

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ของผู้บริโภคเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครเป็นอันดับสองคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยมีความหลากหลายของสินค้าที่จำหน่ายบนแอปพลิเคชันสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ สินค้ามีคุณภาพตามที่ต้องการ มีการให้ข้อมูลรายละเอียดของสินค้าที่จำหน่ายอย่างชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ฐิติรัตน์

มีมาก, กิรณา แก้วสุน และ รติกร บุญสวาท (2564) โดยบุคลากรในสถาบันให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นลำดับสองสำหรับการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์ช่วงโควิด-19 และสอดคล้องกับ เปรมกมล หงษ์ยนต์ (2562) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์ (ลาชาด้า) ของผู้บริโภคยุคดิจิทัลในกรุงเทพมหานคร โดยหากพิจารณาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4 ด้าน พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลเป็นลำดับสองในการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์ (ลาชาด้า) กล่าวคือการตัดสินใจซื้อสินค้าอันเนื่องมาจากความหลากหลายของสินค้าบนแอปพลิเคชันและมีการรับประกันสินค้าเทียบเท่ากับการซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์

สรุปผลการวิจัย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ภาพรวมอยู่ในระดับมาก และปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อเสนอแนะ

1. ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารและบริการควรปรับตัวให้ทันต่อสถานการณ์และการเปลี่ยนแปลงของบริบทการดำเนินชีวิตของประชาชนที่พักอาศัยและทำงานในชุมชนเมืองขนาดใหญ่
2. ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารและบริการควรเห็นถึงความจำเป็นของการให้บริการธุรกิจบนแอปพลิเคชันเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้อย่างครอบคลุมทุกเขตพื้นที่ การสั่งซื้อบนแอปพลิเคชันจะต้องมีความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือ
3. ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารและบริการบนแอปพลิเคชันสั่งอาหารเดลิเวอรี่ ควรมีการส่งเสริมทางการตลาดผ่านช่องทางต่างๆ อย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ

4. ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารและบริการบนแอปพลิเคชันสั่งอาหารเดลิเวอรี่ควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เข้าสู่ตลาดอย่างสม่ำเสมอ เพื่อดึงดูดความสนใจผู้บริโภคให้ตัดสินใจซื้อ

เอกสารอ้างอิง

- กนกวรรณ นุชนารถ, จิราภา พนารินทร์, ธนภรณ์ ปิยพิทักษ์บุญ, ภัทธรัน สาระโชติ, ธรรณิศา นาคสัมพันธ์, ศุภชัย เหมือนโพธิ์ และ ทาริกา สระทองคำ. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ Food Delivery. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์*, 3(2), 44-53.
- กรวิทย์ เขมะพันธุ์มณี, อรทัย บัวทอง, ชลดา บุญศรี, ญัฏฐวัฒน์ หมวดจันทร์, ธีราพร เชื้ออึ้ง, นิชวรรณ เพชรศรี และ ญัฏฐกานต์ แซ่ม้อย. (2565). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารออนไลน์ของกลุ่มผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นแซดในจังหวัดสุราษฎร์ธานี. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 14(3), 198-212.
- กัลยา วานิชย์บัญชา และ จูฑา วานิชย์บัญชา. (2564). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์สามลดา.
- ฐิติรัตน์ มีมาก, กิรณา แก้วสุน และ รติกร บุญสวาท. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์ช่วงโควิด-19. *วารสารวิชาการ สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ*, 7(2), 336-352.
- ญัฏฐศาสตร์ ปัญญานะ และ วิรัชพจน์ ทรัพย์สงวนบุญ. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการอาหารตามสั่งแบบจัดส่ง. *วารสารเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ*, 11(1), 53-66.
- นภัสวรรณ ไพโรพศาลกิจ. (2560). *ทัศนคติและพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันสำหรับการรับส่งอาหารและบริการจัดส่งของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย*. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโท). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.

- เปรมกมล หงษ์ยนต์. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์ (ลาซาด้า) ของผู้บริโภคยุคดิจิทัลในกรุงเทพมหานคร (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยสยาม, กรุงเทพฯ.
- บุญศรี พรหมมาพันธุ์. (2561). เทคนิคการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการใช้สหสัมพันธ์และการถดถอยในการวิจัย. *วารสารศึกษาศาสตร์ มสธ.*, 11(1), 32-45.
- พัชรพล ชัยวรรณเสถียร. (2563). การตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันผู้ดูแลด้านของบุคลากรหน่วยงานราชการในอำเภอเมืองเชียงใหม่. *วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง*, 3(1), 69-83.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2564, 9 ธันวาคม). Food Delivery ปี 2022: เติบโตต่อราคาอาหารสูงขึ้นจากต้นทุนหลายด้านแฟร็ก ตจว.. สืบค้นจาก <https://brandinside.asia/kresearch-on-thai-food-delivery-industry-2022/>
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2565, 23 สิงหาคม). ETDA เผย Gen Y ทวงบัลลังก์ใช้เน็ตมากที่สุด เกือบ 8 ชั่วโมงต่อวัน อีตสุดดู LIVE COMMERCE ข้าราชการ-จนท. รัฐ ชนชาติทุกอาชีพ ใช้เน็ตเกือบ 12 ชั่วโมงต่อวัน. สืบค้นจาก <https://www.etda.or.th/th/pr-news/iub2022.aspx>
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques*. New York: John Wiley & Sons.
- Cronbach, L. J. (1990). *Essentials of psychological testing* (5th ed.). New York: Harper Collins Publishers.

การศึกษาการใช้ฐานข้อมูลวารสารอิเล็กทรอนิกส์ ของอาจารย์และนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

The Study of Electronic Journal Database Usage

by Loei Rajabhat University's Lecturers and Graduate Students

ปาริชาติ แสงระชูญ^{1*} กนกพร นาสมตรีก์ ซิมิโอนิก้า¹ อรณิต เชี่ยวเวทย์¹ กรรณศาตร์ แก้วแสนทิพย์¹
Parichart Sangrachud^{1*} Kanokporn Nasomtrug Simionica¹ Oranit Chiewwate¹ Kanasatra Kaewsanthip¹
Corresponding Author's Email: parichart.san@lru.ac.th¹, kanokpornnasomtrug.sim@lru.ac.th¹, oranit.pra@lru.ac.th¹,
jadet1976@gmail.com¹

(Received: February 25, 2022; Revised: July 2, 2022; Accepted: September 16, 2022)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสภาพและปัญหาการใช้ฐานข้อมูลวารสารอิเล็กทรอนิกส์ของอาจารย์และนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย 2) เพื่อทราบข้อเสนอแนะและแนวทางการส่งเสริมการใช้ฐานข้อมูลวารสารอิเล็กทรอนิกส์ของอาจารย์และนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเลย กลุ่มตัวอย่างเป็นอาจารย์และนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา

ผลการวิจัยพบว่า 1) อาจารย์และนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ส่วนใหญ่เคยใช้ฐานข้อมูลวารสารอิเล็กทรอนิกส์ นักศึกษาส่วนใหญ่ทราบว่ามีการและวิธีการใช้จากอาจารย์ผู้สอน ส่วนอาจารย์ทราบจากเว็บไซต์ศูนย์วิทยบริการและทราบวิธีการเข้าใช้ด้วยตัวเอง นักศึกษาและอาจารย์เข้าใช้จากเว็บไซต์ศูนย์วิทยบริการ วัตถุประสงค์ของนักศึกษาและอาจารย์ใช้เพื่อทำวิจัยและวิทยานิพนธ์ โดยนักศึกษาเข้าใช้จากศูนย์วิทยบริการมากที่สุด ส่วนอาจารย์ใช้จากห้องสาขาวิชามากที่สุด นักศึกษาและอาจารย์ ส่วนใหญ่ใช้เวลามากกว่า 1 ชั่วโมง และมีความถี่ในการใช้ 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ ข้อมูลที่นักศึกษาและอาจารย์ใช้มากที่สุดคือ เอกสารฉบับเต็ม ช่วงเวลาการใช้ที่บ่อยที่สุดของนักศึกษาคือ เวลา 13.00 – 17.00 น. ส่วนอาจารย์คือ ไม่แน่นอน นักศึกษาใช้ ฐานข้อมูล ACM Digital Library มากที่สุด ส่วนอาจารย์ใช้ฐานข้อมูล Science Direct มากที่สุด ปัญหาการใช้ พบว่า มีปัญหาด้านการเผยแพร่และการประชาสัมพันธ์ฐานข้อมูลไม่ทั่วถึง ข้อจำกัดเรื่องการใช้ภาษาต่างประเทศ จุดเชื่อมต่อ Wi-Fi ในมหาวิทยาลัยไม่เพียงพอ เนื้อหาข้อมูลในฐานข้อมูลไม่ทันสมัย และปัญหาเรื่องความเร็วในการประมวลผลการสืบค้นข้อมูล 2) ข้อเสนอแนะและแนวทางการส่งเสริมการใช้ฐานข้อมูลวารสารอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ บรรณารักษ์ควรเพิ่มทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อสามารถแนะนำการให้บริการ ศูนย์วิทยบริการควรมีการประชาสัมพันธ์การให้บริการฐานข้อมูลเป็นรายบุคคล ควรดำเนินการปรับปรุงจุดเชื่อมต่อ Wi-Fi ให้เพียงพอและมีประสิทธิภาพ และควรมีแนวทางในการบอกรับฐานข้อมูลที่ตรงกับหลักสูตรการเรียนการสอนในมหาวิทยาลัยเพิ่มขึ้น และมีการเข้าร่วมเครือข่ายกับห้องสมุดมหาวิทยาลัยอื่น

คำสำคัญ: ฐานข้อมูลออนไลน์ วารสารอิเล็กทรอนิกส์ ฐานข้อมูลวารสารอิเล็กทรอนิกส์

Abstract

The purposes of this research were: 1) to study state and problem of using electronic journal databases by Loei Rajabhat University's lecturers and graduate students; and 2) to get recommendations and guideline for promotion of using the electronic journal database. The sample was lecturers and graduate students of Loei Rajabhat University.

¹ อาจารย์ประจำคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

¹ Lecturers, Faculty of Humanities and Social Science, Loei Rajabhat University

The results showed that: 1) Mostly, lecturers and graduate students had used electronic journal earlier. Most of graduate students got informed by lecturers on the database-service availability. Lecturers knew and learned how to use the database services availability from the university library website. Graduate students and lecturers mostly used the university-library-links. Mainly database-using objectives were for research and thesis. Students' main access point was the university library, and lecturer's access point were their departments. Mostly both students and lecturers used more than 1 hour for database, 2-3 times a week. The graduate students and lecturers used full text format the most. Preferred time was from 01.00 – 05.00 for graduate students whereas the lecturers' hours were uncertain. The graduate students used ACM Digital Library the most and the lecturers used Science Direct the most. Problems found in using databases included inadequate publicity, limitation in foreign languages, insufficient Wi-Fi access points, outdated content, and data speed processing; and 2) Recommendations and guidelines to promote the use of databases include: librarians should enhance English language skills facilitating the services, the university library should inform services to lecturers and graduate students individually, provide Wi-Fi access points sufficiently and efficiently, provide guidelines for acquiring more databases corresponding with coursework, and co-network with other universities for database.

Keywords: online database, electronic journal, electronic journal database

ความเป็นมาของปัญหา

มหาวิทยาลัยราชภัฏเลยเป็นสถาบันอุดมศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มีวัตถุประสงค์ให้การศึกษา ส่งเสริมวิชาการและวิชาชีพชั้นสูง ทำการสอน วิจัย และให้บริการทางวิชาการแก่สังคม ปรับปรุง ถ่ายทอด และพัฒนาเทคโนโลยี ทำนุบำรุงศิลปและวัฒนธรรมผลิตครูและส่งเสริมวิทยฐานะครู มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย มีพันธกิจสำคัญ 5 ด้าน ประกอบด้วย 1) ผลิตบัณฑิตให้มีทักษะในศตวรรษที่ 21 2) การผลิตและพัฒนาครู 3) การวิจัยและนวัตกรรมเพื่อแก้ปัญหาหรือสร้างความเข้มแข็งให้กับท้องถิ่น 4) การพัฒนาท้องถิ่น 5) ทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม (มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย, 2563) ในด้านการจัดการเรียนการสอน มหาวิทยาลัยราชภัฏเลยมีการจัดการเรียนการสอน 5 คณะ คือ คณะครุศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี คณะวิทยาการจัดการ และคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม โดยเปิดสอนระดับปริญญาตรี ปริญญาโท และปริญญาเอก นอกจากพันธกิจที่สำคัญทั้ง 5 ด้าน มหาวิทยาลัยมีนโยบายในการบริหารที่สำคัญ อาทิ ด้านการผลิตบัณฑิตให้มีคุณภาพ การพัฒนาอาจารย์ การสร้างและพัฒนานักวิจัย การวิจัยและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ธรรมะ และวัฒนธรรม ผลิตภัณฑ์อาหาร

เทคโนโลยีพื้นฐานและเทคโนโลยีสมัยใหม่ และทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมการนำผลงานวิจัยและนวัตกรรมไปใช้ประโยชน์และการแก้ปัญหาสังคม (มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย, 2563)

มหาวิทยาลัยมีแหล่งสารสนเทศที่สำคัญคือ ศูนย์วิทยบริการ สำหรับให้อาจารย์ซึ่งเป็นบุคลากรสำคัญต่อการดำเนินพันธกิจของมหาวิทยาลัยและนโยบายการบริหาร และนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาได้ใช้เป็นแหล่งในการค้นคว้าและแสวงหาสารสนเทศ เพื่อใช้ประกอบในการดำเนินการวิจัยและการทำวิทยานิพนธ์หรือดุษฎีนิพนธ์ รวมทั้งกิจกรรมการเรียนการสอน ศูนย์วิทยบริการให้บริการทรัพยากรสารสนเทศประเภทต่างๆ มีบริการทั้งที่เป็นทรัพยากรตีพิมพ์ เช่น หนังสือวารสาร และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น ฐานข้อมูลวารสารอิเล็กทรอนิกส์ (E-Journal) ฐานข้อมูลหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) รวมทั้งเป็นสมาชิกในโครงการพัฒนาเครือข่ายห้องสมุดในประเทศไทย (ThaiLIS) ของกระทรวงอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (อว.) ซึ่งหน่วยงานที่รับผิดชอบ คือ สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สป.อว.) และ สำนักงานบริหารเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อพัฒนาการศึกษา (Uninet) โครงการ ThaiLIS มีการบอกรับฐานข้อมูลออนไลน์ (Online

database) เพื่อให้บริการฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์เพื่อการสืบค้นให้แก่สมาชิกมาตั้งแต่ปีงบประมาณ 2545 จนถึงปัจจุบัน ซึ่งถือเป็นเครือข่ายความร่วมมือระหว่างห้องสมุดมหาวิทยาลัยของรัฐ ทั้งส่วนกลาง และส่วนภูมิภาค เพื่อใช้ฐานข้อมูลออนไลน์ต่างๆ ร่วมกันภายใต้เครือข่ายสารสนเทศเพื่อพัฒนาการศึกษา หรือ Uninet (สำนักงานบริหารเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อพัฒนาการศึกษา, 2565) ประกอบไปด้วยฐานข้อมูลวารสารอิเล็กทรอนิกส์ ฐานข้อมูลหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ และฐานข้อมูลเอกสารอิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ โดยมหาวิทยาลัยที่เป็นสมาชิกจะได้สิทธิ์ในการเข้าถึงฐานข้อมูลแตกต่างกันตามบริบทของการจัดการเรียนการสอน ส่วนมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ในปีงบประมาณ 2562 – 2564 สป.อว. ได้ให้สิทธิ์ในการเข้าถึงโดยสามารถใช้งานจำนวน 11 ฐานข้อมูลมีดังนี้ 1) ฐานข้อมูล Academic Search Complete 2) ฐานข้อมูล ACM Digital Library 3) ฐานข้อมูล American Chemical Society Journal (ACS) 4) ฐานข้อมูล Computer & Applied Science Complete 5) ฐานข้อมูล EBSCO Discovery Service 6) ฐานข้อมูล Emerald Management 7) ฐานข้อมูล Science Direct 8) ฐานข้อมูล Springer Link 9) ฐานข้อมูล ProQuest Dissertation & Theses Global 10) ฐานข้อมูล Web of Science และ 11) ฐานข้อมูล ProQuest Dissertation and Theses Global ทำให้มหาวิทยาลัยราชภัฏเลยมีฐานข้อมูลสำหรับสนับสนุนการเรียนการสอนและการวิจัยที่ทันสมัยและครอบคลุมหลายสาขาวิชา โดยเฉพาะฐานข้อมูลที่เป็นวารสารอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Journal; E-Journal) เนื่องจากวารสารเป็นทรัพยากรสารสนเทศที่ให้สารสนเทศที่ทันสมัยมากกว่าทรัพยากรสารสนเทศประเภทอื่นๆ เนื่องจากมีการเผยแพร่บทความวารสารซึ่งมีความทันสมัยเนื่องจากวารสารมีกำหนดออกเป็นวารสารที่แน่นอน เช่น รายเดือน ราย 2 เดือน เป็นต้น ทำให้วารสารเป็นทรัพยากรสารสนเทศที่มีความสำคัญต่อการเรียนและการวิจัย วารสารมีการจัดทำและรวบรวมไว้ในรูปอิเล็กทรอนิกส์หรือสื่อดิจิทัล เช่น บรรจุในแผ่นซีดีรอม และนำมาให้บริการเป็นระบบออนไลน์ หรือการจัดเก็บในฐานข้อมูลออนไลน์ เรียกว่า ฐานข้อมูลวารสารอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งผลิตโดยบริษัทหรือสำนักพิมพ์ต่างๆ โดยรวบรวมวารสารชื่อเรื่องต่างๆ ไว้ในฐานข้อมูลเดียวกัน โดยสามารถสืบค้นบทความในวารสารแต่ละฉบับได้ การให้บริการ

จะออกตามกำหนดการออกที่แน่นอนเช่นเดียวกับฉบับตีพิมพ์ บทความนั้นอยู่ทั้งในรูปแบบบทความฉบับเต็ม (Full text) หรือมีเฉพาะรายละเอียดทางบรรณานุกรมและบทคัดย่อหรือสาระสังเขป (Abstract) โดยให้บริการผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ทำให้การเข้าร่วมทั้งการเผยแพร่บทความวารสารเป็นไปอย่างสะดวก ไม่จำกัดเวลาและสถานที่ ซึ่งฐานข้อมูลโครงการ ThaiLIS ที่มหาวิทยาลัยราชภัฏเลยใช้งานได้ตั้งแต่ปีงบประมาณ 2562 – 2564 จำนวน 11 ฐานข้อมูล ส่วนมากเป็นฐานข้อมูลวารสารอิเล็กทรอนิกส์ สถิติการใช้งานฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์เพื่อการสืบค้นในโครงการ ThaiLIS จากสำนักงานบริหารเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อพัฒนาการศึกษา (UniNet) พบว่ามหาวิทยาลัยราชภัฏเลยมีสถิติการใช้งานค่อนข้างต่ำ เช่น ปีงบประมาณ 2564 ระหว่างเดือนตุลาคม 2563 – กรกฎาคม 2564 พบว่า ฐานข้อมูล Science Direct มีการดาวน์โหลดเอกสารฉบับเต็ม 5,458 ครั้ง ฐานข้อมูล ACS มีการดาวน์โหลดเอกสารฉบับเต็ม 352 ครั้ง ฐานข้อมูล Emerald Management มีการดาวน์โหลดเอกสารฉบับเต็ม 110 ครั้ง (สำนักงานบริหารเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อพัฒนาการศึกษา, 2564) หลายมหาวิทยาลัยมีสถิติการใช้งานค่อนข้างต่ำ แต่ค่าบอกรับฐานข้อมูลราคาสูงและเพิ่มขึ้นทุกปี พ.ศ. 2559 สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) ในขณะนั้น ได้จัดการประชุมผู้บริหารห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาทุกแห่ง เพื่อหาแนวทางให้มหาวิทยาลัยร่วมกันสมทบเงินงบประมาณเพื่อบอกรับสมาชิกฐานข้อมูล Science Direct (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2559) แต่เนื่องจากงบประมาณของมหาวิทยาลัยต่างๆ ยังมีจำกัด สกอ.จึงคงบอกรับฐานข้อมูล Science direct ให้แก่สมาชิก แต่จำกัดการใช้งาน เช่น มหาวิทยาลัยราชภัฏเลยสามารถใช้ได้เพียงวารสารอิเล็กทรอนิกส์ไม่รวมหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ต่อมาในปีงบประมาณ 2565 สป.อว. และบริษัทตัวแทนจำหน่ายฐานข้อมูลแจ้งแก่มหาวิทยาลัยถึงการสิ้นสุดการให้บริการบางฐานข้อมูล และไม่มีการยืนยันการต่ออายุสมาชิก มหาวิทยาลัยต้องดำเนินการเตรียมงบประมาณสำหรับการบอกรับฐานข้อมูลด้วยงบประมาณของมหาวิทยาลัย (สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, 2564) และปัจจุบันมหาวิทยาลัย ได้รับเอกสารแจ้งจาก สป.อว. เรื่อง การบอกรับ

สมาชิกฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อการสืบค้นข้อมูล (ออนไลน์) สำหรับสถาบันอุดมศึกษา ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 (สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, 2565) มีฐานข้อมูลที่ สป.อว. บอกรับให้แก่มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย เพียงจำนวน 7 ฐานข้อมูล โดยพบว่า ไม่มีการแจ้งบอกรับจำนวน 2 ฐานข้อมูล ได้แก่ ฐานข้อมูล Web of Science และฐานข้อมูล ProQuest Dissertation and Global ดังนั้นมหาวิทยาลัยจำเป็นต้องจัดสรรงบประมาณเพื่อเป็นสมาชิกดังกล่าวด้วยงบประมาณของมหาวิทยาลัย

การศึกษาสภาพการใช้ ปัญหา และข้อเสนอแนะในการใช้ฐานข้อมูลวารสารอิเล็กทรอนิกส์ของอาจารย์และนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ผลที่ได้จะเป็นประโยชน์ต่อศูนย์วิทยบริการ และมหาวิทยาลัย เพื่อทราบปัญหาและสภาพการใช้สามารถนำไปพิจารณาความคุ้มค่าต่อการบอกรับเป็นสมาชิกในอนาคต และเป็นแนวทางการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์การใช้ฐานข้อมูลวารสารอิเล็กทรอนิกส์และฐานข้อมูลอื่นๆ รวมทั้งนำไปใช้เป็นข้อมูลประกอบการจัดซื้อจัดหาฐานข้อมูลอื่นๆ เพื่อเป็นแหล่งสารสนเทศสำหรับการศึกษา ค้นคว้าและวิจัยต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพและปัญหาการใช้ฐานข้อมูลวารสารอิเล็กทรอนิกส์ของอาจารย์และนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ในด้านฐานข้อมูลที่ใช้ การรับรู้ว่ามีฐานข้อมูล บุคคลหรือสื่อแนะนำในการใช้ วัตถุประสงค์ที่ใช้ เวลาที่ใช้ ความถี่ที่ใช้และสถานที่ที่ใช้
2. เพื่อทราบข้อเสนอแนะในการใช้ฐานข้อมูลวารสารอิเล็กทรอนิกส์ของอาจารย์และนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
3. เพื่อหาแนวทางการปรับปรุงและพัฒนาการส่งเสริมการใช้ฐานข้อมูลวารสารอิเล็กทรอนิกส์ของอาจารย์และนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

คำนวณจากจำนวนอาจารย์มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ปีการศึกษา 2562 จำนวน 377 คน และนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาในปีการศึกษา 2562 จำนวน 50 คน รวมประชากร 427 คน คำนวณกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรการคำนวณของ Yamane (1970) ได้กลุ่มตัวอย่างเป็น 207 คน จากนั้นสุ่มตัวอย่างสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified random sampling) และเปรียบเทียบตามสัดส่วนของอาจารย์ตามคณะ และสำนักวิชาศึกษาทั่วไป และสัดส่วนของนักศึกษาตามคณะ จากนั้นใช้วิธีการสุ่มกระจายแบบง่ายตามจำนวนที่คำนวณไว้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2543)

2. สร้างเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้มีการดำเนินการดังนี้

2.1 สร้างแบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้ 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 2) สภาพการใช้ฐานข้อมูลวารสารอิเล็กทรอนิกส์ 3) ระดับการใช้ฐานข้อมูลวารสารอิเล็กทรอนิกส์ 4) ปัญหาในการใช้ฐานข้อมูลวารสารอิเล็กทรอนิกส์ 5) ข้อเสนอแนะในการใช้ฐานข้อมูลวารสารอิเล็กทรอนิกส์

2.2 เสนอผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรง โดยผู้เชี่ยวชาญให้คะแนน +1 หากแน่ใจว่ารายการพิจารณาแบบสอบถามสอดคล้องกับเนื้อหา ให้คะแนน 0 หากไม่แน่ใจว่ารายการพิจารณาแบบสอบถามสอดคล้องกับเนื้อหา และให้คะแนน -1 หากแน่ใจว่ารายการพิจารณาแบบสอบถามไม่สอดคล้องกับเนื้อหา

2.3 นำข้อมูลที่ได้มาจากผู้เชี่ยวชาญมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย โดยคัดเลือกข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากกว่า 0.50 ขึ้นไป เพื่อนำมาปรับปรุงให้สมบูรณ์และใช้เก็บข้อมูล

2.4 นำแบบสอบถามไปทดสอบกับกลุ่มที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามจำนวน 30 ฉบับ

2.5 นำแบบสอบถามที่ตอบเรียบร้อยแล้วมาทดสอบความเชื่อมั่นโดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach (บุญชม ศรีสะอาด, 2543) ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.895

2.6 จัดพิมพ์แบบสอบถาม และนำไปเก็บข้อมูลจริงกับกลุ่มตัวอย่าง

3. เก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

3.1 ทำหนังสือขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูลในมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

3.2 นำแบบสอบถามแจกให้แก่อาจารย์ และ นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาให้ครบตามจำนวนกลุ่มตัวอย่าง โดยการสุ่มตัวอย่างสุ่มแบบแบ่งชั้น และเปรียบเทียบตามสัดส่วนของอาจารย์ตามคณะและสำนักวิชาศึกษาทั่วไป และ สัดส่วนของนักศึกษาตามคณะ จากนั้นใช้วิธีการสุ่มกระจายแบบง่ายตามจำนวนที่กำหนดไว้

3.3 นำแบบสอบถามที่ได้มาตรวจสอบความครบถ้วนถูกต้อง ก่อนนำไปวิเคราะห์และประมวลผลทางสถิติ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยมีวิธีการในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูล รวบรวมแบบสอบถามมาวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรม Microsoft Office Excel

4.2 แบบสอบถามที่เป็นแบบเลือกตอบ ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล โดยนำมาแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ

4.3 แบบสอบถามที่เป็นแบบประมาณค่า ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล โดยหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.1 กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษา ส่วนใหญ่ เป็น นักศึกษาระดับปริญญาเอก จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 56 และเป็นนักศึกษาคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มากที่สุด จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 64

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่เป็นอาจารย์ ส่วนใหญ่มีวุฒิการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาโท จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 81.87 มีตำแหน่งทางวิชาการ โดยเป็นอาจารย์มากที่สุด จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 80.77 ระยะเวลาการปฏิบัติการสอน 5 - 10 ปี มากที่สุด จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 51.65 สังกัดคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมากที่สุด จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 28.02

2. สภาพการใช้ฐานข้อมูลวารสารอิเล็กทรอนิกส์

2.1 นักศึกษาส่วนใหญ่ เคยใช้จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 84 ไม่เคยใช้ 4 คน คิดเป็นร้อยละ 16 โดยสาเหตุที่ไม่เคยใช้ เนื่องจากไม่ทราบวิธีการการใช้ จำนวน 2 คน

คิดเป็นร้อยละ 50 นักศึกษาทุกคนที่ไม่เคยใช้ คิดว่าจะใช้จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 100 นักศึกษาที่เคยใช้ ทราบแหล่งที่ทำให้ทราบว่ามีการบริการจากอาจารย์ผู้สอนมากที่สุด จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 85.71 แหล่งที่ทำให้ทราบวิธีการเข้าใช้ โดยทราบจากอาจารย์ผู้สอน มากที่สุด จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 85.71 มีวัตถุประสงค์ เพื่อทำวิจัยและวิทยานิพนธ์มากที่สุด จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 85.71 มีการเข้าใช้จากมหาวิทยาลัยมากที่สุด จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 100 โดยใช้จากศูนย์วิทยบริการมากที่สุด จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 90.48 โดยเชื่อมโยงจากเว็บไซต์ศูนย์วิทยบริการมากที่สุด จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 80.95 ระยะเวลาการใช้ มากกว่า 1 ชั่วโมง มากที่สุด จำนวน 9 คน มีความถี่ในการใช้ 2 - 3 ครั้งต่อสัปดาห์ มากที่สุด จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 38.10 ลักษณะของข้อมูลที่เคยใช้มากที่สุดคือ เอกสารฉบับเต็ม (Full text) จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 95.24 ช่วงเวลาในการใช้มากที่สุด คือ เวลา 13.00 - 17.00 น. จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33

2.2 อาจารย์ส่วนใหญ่เคยใช้ จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 68.68 ไม่เคยใช้จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 31.32 โดยสาเหตุที่ไม่ใช้ส่วนมากเนื่องจากไม่ทราบแหล่งในการใช้บริการ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 36.84 และ ในอนาคตอาจารย์ที่ไม่เคยใช้ส่วนใหญ่ คิดว่าจะใช้ จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 96.49 อาจารย์ทราบว่ามีการบริการจากเว็บไซต์ศูนย์วิทยบริการมากที่สุด จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 62.4 ทราบวิธีการเข้าใช้ โดยการเรียนรู้ด้วยตัวเองมากที่สุด จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 44.80 มีวัตถุประสงค์เพื่อทำวิจัยมากที่สุด จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 88 สถานที่ในการเข้าใช้จากมหาวิทยาลัยมากที่สุด จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 71.20 โดยเข้าใช้จากห้องสาขาวิชามากที่สุด จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 64.80 แหล่งในการใช้โดยเชื่อมโยงจากเว็บไซต์ศูนย์วิทยบริการมากที่สุด จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 57.60 มีระยะเวลาที่ใช้ มากกว่า 1 ชั่วโมง มากที่สุด จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 60.80 มีความถี่ในการใช้ 2 - 3 ครั้งต่อสัปดาห์ มากที่สุด จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 26.40 ลักษณะของข้อมูลที่เคยใช้มากที่สุดคือ เอกสารฉบับเต็ม (Full text) จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 95.20 มีช่วงเวลาก่อนใช้ ไม่แน่นอนมากที่สุด จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 36.80

3. ระดับการใช้ฐานข้อมูลวารสารอิเล็กทรอนิกส์

3.1 นักศึกษามีการใช้ ฐานข้อมูล ACM Digital Library มากที่สุด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.71$)

3.2 อาจารย์มีการใช้ฐานข้อมูล Science Direct มากที่สุด อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.40$)

4. ปัญหาในการใช้ฐานข้อมูลวารสารอิเล็กทรอนิกส์

4.1 ปัญหาในการใช้ฐานข้อมูลวารสารอิเล็กทรอนิกส์ของนักศึกษา มีดังนี้

ด้านผู้ให้บริการ นักศึกษามีปัญหาการใช้ข้อมูลในระดับน้อย ($\bar{X} = 2.44$) พบว่ามีปัญหาด้านการเผยแพร่และการประชาสัมพันธ์ฐานข้อมูลไม่ทั่วถึง มากที่สุด อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.62$) ด้านผู้ให้บริการ นักศึกษามีปัญหาการใช้ข้อมูลในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.67$) พบว่ามีปัญหาข้อจำกัดเรื่องการใช้ภาษาต่างประเทศมากที่สุด อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.05$) ด้านฐานข้อมูล นักศึกษามีปัญหาการใช้ข้อมูลในระดับน้อย ($\bar{X} = 2.32$) โดยมีปัญหาเนื้อหาข้อมูลไม่ทันสมัยมากที่สุดอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.57$) ด้านอุปกรณ์และระบบเครือข่าย นักศึกษามีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.68$) โดยมีปัญหาเรื่องจุดเชื่อมต่อ Wi-Fi ในมหาวิทยาลัยไม่เพียงพอมากที่สุด อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.14$)

4.2 ปัญหาในการใช้ฐานข้อมูลวารสารอิเล็กทรอนิกส์ของอาจารย์

ด้านผู้ให้บริการ โดยรวมอาจารย์มีปัญหาการใช้ข้อมูลในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.78$) โดยมีปัญหาด้านการเผยแพร่และการประชาสัมพันธ์ฐานข้อมูลไม่ทั่วถึง มากที่สุด อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.10$) ด้านผู้ให้บริการ โดยรวมอาจารย์มีปัญหาการใช้ข้อมูลในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.64$) โดยมีปัญหาข้อจำกัดเรื่องการใช้ภาษาต่างประเทศ มากที่สุด อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.83$) ด้านฐานข้อมูล โดยรวมอาจารย์ มีปัญหาการใช้ข้อมูลในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.63$) โดยมีปัญหาเรื่องความเร็วในการประมวลผลการสืบค้นข้อมูลมากที่สุด อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.81$) ด้านอุปกรณ์และระบบเครือข่าย โดยรวมอาจารย์มีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.97$) โดยพบว่ามีปัญหาเรื่องจุดเชื่อมต่อ Wi-Fi ในมหาวิทยาลัยไม่เพียงพอมากที่สุด อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.19$)

อภิปรายผล

1. สภาพการใช้ฐานข้อมูลวารสารอิเล็กทรอนิกส์

ผลการวิจัยพบว่านักศึกษาและอาจารย์ส่วนใหญ่เคยใช้ฐานข้อมูล ส่วนสาเหตุที่นักศึกษาไม่เคยใช้มากที่สุด เนื่องจากไม่ทราบวิธีการใช้ ส่วนสาเหตุที่อาจารย์ไม่ใช้ เนื่องจากไม่ทราบแหล่งในการใช้บริการมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ หาบีบะ ดาตุ (2558) ที่พบว่า อาจารย์มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ส่วนใหญ่เคยใช้ฐานข้อมูลออนไลน์ และ ลำพึง บัวจันธรัฐ (2561) ที่พบว่า อาจารย์และบุคลากร มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ ส่วนใหญ่เคยใช้ฐานข้อมูลออนไลน์

แหล่งที่ทำให้ทราบว่ามีการบริการฐานข้อมูลและแหล่งที่ทำให้ทราบวิธีการเข้าใช้นั้นนักศึกษาทราบจากอาจารย์ผู้สอนมากที่สุด เห็นได้ว่าอาจารย์ผู้สอนมีส่วนสำคัญต่อการแนะนำการใช้และชี้แจงความสำคัญของแหล่งสารสนเทศประเภทต่างๆ แก่นักศึกษา ดังนั้นผู้ให้บริการคือ ศูนย์วิทยบริการ ควรต้องมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการใช้ฐานข้อมูลให้แก่อาจารย์ผู้สอนมากยิ่งขึ้น เพื่ออาจารย์ผู้สอนจะได้ไปแนะนำแก่นักศึกษาต่อไป ส่วนอาจารย์นั้นแหล่งที่ทำให้ทราบว่ามีการบริการจากเว็บไซต์ศูนย์วิทยบริการมากที่สุด แต่ทราบวิธีการเข้าใช้โดยการเรียนรู้ด้วยตัวเองมากที่สุด ส่วนแหล่งในการใช้พบว่านักศึกษาและอาจารย์มีการเข้าใช้โดยเชื่อมโยงจากเว็บไซต์ศูนย์วิทยบริการมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ ลำพึง บัวจันธรัฐ (2561) ที่พบว่า อาจารย์และบุคลากรของมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ ทราบเกี่ยวกับการสืบค้นฐานข้อมูลออนไลน์จากข่าวประชาสัมพันธ์บนเว็บไซต์ของห้องสมุดมหาวิทยาลัย เนื่องจากเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยแต่ละแห่งมีการแจ้งรายละเอียดและเนื้อหาของแต่ละฐานข้อมูลเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้บริการ รวมทั้งเว็บไซต์ของศูนย์วิทยบริการนั้นได้มีการรวบรวมการเชื่อมโยงไปที่เว็บไซต์ฐานข้อมูลออนไลน์ที่สามารถเข้าไปใช้งานได้ทันที รวมทั้งมีการแจ้งถึงรายละเอียดของเนื้อหาแต่ละฐานข้อมูล รวมทั้งคู่มือการใช้งานฐานข้อมูล ที่สามารถอ่านละเอียดศึกษาได้ด้วยตัวเอง และหากมีฐานข้อมูลใหม่ ที่เป็นสมาชิกหรือฐานข้อมูลทดลองใช้ หรือฐานข้อมูลที่น่าสนใจจะมีการประชาสัมพันธ์ผ่านหน้าเว็บไซต์เป็นประจำ ทำให้อาจารย์สามารถเลือกใช้ฐานข้อมูลที่ตรงกับความต้องการ

วัตถุประสงค์ของนักศึกษาและอาจารย์ในการใช้เพื่อทำวิจัยและวิทยานิพนธ์มากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยหลายเรื่อง เช่น งานวิจัยของ หทัยกานต์ วงศ์สวัสดิ์ (2555) ที่พบว่าอาจารย์และนักศึกษา สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ มีการใช้ฐานข้อมูลเพื่อการทำวิจัยและวิทยานิพนธ์มากที่สุด งานวิจัยของ จารุวรรณ กันหาโนน (2557) ที่พบว่า อาจารย์มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี มีการใช้ฐานข้อมูลเพื่อทำวิจัยมากที่สุด เนื่องจากนักศึกษาในระดับปริญญาโทและปริญญาเอก นั้นจำเป็นต้องมีการค้นคว้าเอกสารเพื่อใช้ประกอบในการดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ทั้งภาษาไทยและต่างประเทศ และในการใช้บทความวารสารต่างประเทศ ส่วนอาจารย์มีความจำเป็นที่จะต้องใช้อ้างอิงข้อมูลใหม่ๆ ที่ทันสมัยและหลากหลายรูปแบบ หลายภาษาเพื่อใช้สำหรับการค้นคว้าในการดำเนินการวิจัย ซึ่งเป็นการกิจที่สำคัญอีกประการหนึ่งของอาจารย์นอกเหนือจากการปฏิบัติการสอน ดังนั้นการเลือกใช้ฐานข้อมูลออนไลน์จึงเป็นช่องทางที่สะดวก รวดเร็วเหมาะสมสำหรับเป็นแหล่งค้นคว้าประกอบในการทำวิจัย

ส่วนที่สถานที่เข้าใช้ พบว่านักศึกษาและอาจารย์มีการเข้าใช้จากมหาวิทยาลัยมากที่สุด นักศึกษาใช้จากศูนย์วิทยบริการมากที่สุด ส่วนอาจารย์ใช้จากห้องสาขาวิชามากที่สุด สอดคล้องกับ งานวิจัยของ จารุวรรณ กันหาโนน (2557) ที่พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี สืบค้นฐานข้อมูลออนไลน์จากสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีมากที่สุด และงานวิจัยของ ธัญญา ตันติวรภา (2551) พบว่า อาจารย์มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือมีการใช้ฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ให้บริการจากคณะ/ภาควิชา/ห้องทำงานมากที่สุด เนื่องจากส่วนมากฐานข้อมูลที่มีให้บริการนั้น เป็นฐานข้อมูลที่ต้องใช้งานผ่านระบบเครือข่ายของมหาวิทยาลัย เนื่องจากเป็นฐานข้อมูลในโครงการ ThaiLIS ในการใช้งานนอกเครือข่าย จึงมีข้อจำกัดในการเข้าใช้งาน เช่น การไม่สามารถดาวน์โหลดเอกสารฉบับเต็มได้ และเนื่องจากอาจารย์ส่วนมากมีภาระงานที่ต้องปฏิบัตินอกจากห้องสอนคือห้องสาขาวิชา แต่นักศึกษาอาจจะไม่มีห้องสำหรับให้นั่งทำงาน ศูนย์วิทยบริการจึงเป็นสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับนักศึกษาในการค้นคว้าซึ่งจะสามารถค้นได้ทั้งฐานข้อมูลออนไลน์และทรัพยากรสารสนเทศอื่นๆ ที่มีให้บริการ

ระยะเวลาที่ใช้ในการใช้ ทั้งนักศึกษาและอาจารย์ส่วนใหญ่ใช้เวลามากกว่า 1 ชั่วโมง ส่วนความถี่ในการใช้ของนักศึกษาและอาจารย์ ทั้งนักศึกษาและอาจารย์มีความถี่ในการใช้ 2 - 3 ครั้งต่อสัปดาห์ เนื่องจากการเลือกใช้อ้างอิงให้เหมาะสมเพื่อให้ตรงกับความต้องการในฐานข้อมูลมีวิธีการสืบค้นมีความแตกต่างกัน และเมื่อผลการสืบค้นเนื้อหาเป็นภาษาอังกฤษ การพิจารณาเนื้อหาว่าตรงกับความต้องการต้องใช้เวลาในการพิจารณาคัดเลือก

ลักษณะของข้อมูลที่นักศึกษาและอาจารย์เคยใช้มากที่สุดคือ เอกสารฉบับเต็ม ฐานข้อมูลวารสารอิเล็กทรอนิกส์ส่วนใหญ่อยู่ในรูปของเอกสารฉบับเต็มซึ่งสามารถดาวน์โหลดได้ไม่จำกัด และปัจจุบันความเร็วของอินเทอร์เน็ตทำให้การดาวน์โหลดเอกสารมีความรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

ส่วนช่วงเวลากการใช้ที่บ่อยที่สุดของนักศึกษาคือเวลา 13.00 – 17.00 น. เนื่องจากต้องสืบค้นข้อมูลผ่านระบบเครือข่ายมหาวิทยาลัย ทำให้ต้องสืบค้นในช่วงวันที่อยู่ในมหาวิทยาลัยเท่านั้น ส่วนช่วงเวลากการใช้ที่บ่อยที่สุดของอาจารย์คือ ไม่แน่นอน เนื่องจากอาจารย์มีภาระการสอนไม่แน่นอน ต้องใช้ฐานข้อมูลในช่วงที่ไม่มีภาระสอน คือส่วนใหญ่หลังเวลา 17.00 น.

2. ระดับการใช้

ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษามีการใช้ฐานข้อมูล ACM Digital Library มากที่สุด รองลงมาคือ ฐานข้อมูล Science Direct ฐานข้อมูล ACM Digital Library นั้นเนื้อหาเน้นสาขาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการคอมพิวเตอร์ การเข้าสู่ยุคดิจิทัลทำให้มีบทความที่เป็นทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีความทันสมัยและสามารถประยุกต์ใช้กับการเรียนการสอนในทุกสาขาวิชา ส่วนฐานข้อมูล Science Direct นั้น นอกจากจะเป็นฐานข้อมูลที่เนื้อหาเน้นทางวิทยาศาสตร์แล้วยังประกอบไปด้วยเนื้อหาที่เป็นสหวิชา รวบรวมบทความวารสารวิชาการจำนวนมาก ทำให้นักศึกษาสามารถได้ข้อมูลที่หลากหลายและจำนวนพอเพียงต่อการใช้ในการเรียนและการทำวิทยานิพนธ์

ส่วนอาจารย์พบว่ามีการใช้ฐานข้อมูล Science Direct มากที่สุด รองลงมาคือ ฐานข้อมูล Web of Science ซึ่งทั้งสองฐานข้อมูลนั้นถึงแม้จะเน้นเนื้อหาด้านวิทยาศาสตร์

แต่จะประกอบด้วยเนื้อหาที่เป็นสหวิชา สามารถนำข้อมูลที่ได้มาประกอบการสอน การทำวิจัยและการทำผลงานวิชาการ โดยเฉพาะฐานข้อมูล Web of Science ซึ่งนอกจากจะให้ข้อมูลเป็นเอกสารฉบับเต็มแล้ว ยังมีความสำคัญอีกประการหนึ่งคือเป็นฐานข้อมูลอ้างอิง โดยเป็นแพลตฟอร์มที่รวบรวมฐานข้อมูลย่อยที่สำคัญหลายฐานสามารถตรวจสอบการตีพิมพ์บทความวิชาการนานาชาติ การตรวจสอบค่า Impact Factor และค่า Quartile เพื่อดูคุณภาพของวารสารและบทความวารสาร รวมทั้งการตรวจสอบรายชื่อวารสารนานาชาติที่เข้าเกณฑ์ตามประกาศของคณะกรรมการข้าราชการพลเรือนในสถาบันอุดมศึกษา (ก.พ.อ.) เพื่อให้ประกอบในการขอผลงานทางวิชาการได้ ทำให้อาจารย์ที่กำลังดำเนินการทำผลงานทางวิชาการได้เลือกใช้ฐานข้อมูล Web of Science เพื่อใช้ประกอบการทำผลงานวิชาการ

3. ปัญหาการใช้ฐานข้อมูลวารสารอิเล็กทรอนิกส์

3.1 ด้านผู้ให้บริการ โดยรวมพบว่านักศึกษามีปัญหาอยู่ในระดับน้อย ส่วนอาจารย์มีปัญหาการใช้ในระดับปานกลาง แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักศึกษาและอาจารย์มีปัญหาด้านการเผยแพร่และการประชาสัมพันธ์ฐานข้อมูลไม่ทั่วถึง มากที่สุด ซึ่งจากปัญหาเรื่องการเผยแพร่และการประชาสัมพันธ์ฐานข้อมูลไม่ทั่วถึงนั้น เนื่องจากศูนย์วิทยบริการเป็นหน่วยงานโดยตรงในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์การใช้ฐานข้อมูล มีการประชาสัมพันธ์การใช้ฐานข้อมูล รวมทั้งการจัดอบรมการใช้ฐานข้อมูลจะเน้นไปที่อาจารย์ผู้สอนมากกว่าการประชาสัมพันธ์กับนักศึกษา ซึ่งในการประชาสัมพันธ์วิธีการใช้งานรวมทั้งการจัดโครงการอบรมวิธีการใช้ฐานข้อมูลนั้น ศูนย์วิทยบริการจะบันทึกข้อความไปที่สำนักงานคณะ ไม่มีการบันทึกข้อความไปที่อาจารย์โดยตรง ทำให้อาจารย์อาจไม่ได้รับเอกสาร รวมทั้งศูนย์วิทยบริการมีการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางอื่นๆ เช่น Facebook และกลุ่ม Line ของมหาวิทยาลัย ส่วนอุปกรณ์ในการเข้าถึงฐานข้อมูลนั้น ศูนย์วิทยบริการ มีคอมพิวเตอร์สำหรับให้บริการในการสืบค้น แต่นักศึกษาสามารถใช้โทรศัพท์มือถือและคอมพิวเตอร์ส่วนตัว ซึ่งสะดวกต่อการใช้งานมากกว่าการใช้งานจากคอมพิวเตอร์ที่มีให้บริการในศูนย์วิทยบริการ

3.2 ด้านผู้ให้บริการ โดยรวมพบว่านักศึกษาและอาจารย์มีปัญหาการใช้ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าทั้งนักศึกษาและอาจารย์มีปัญหาข้อจำกัดเรื่องการให้ภาษาต่างประเทศ มากที่สุด เนื่องจากฐานข้อมูลทุกฐานที่มีให้บริการนั้นเนื้อหาเป็นภาษาอังกฤษที่ต้องมีการแปลและตีความ ทั้งนักศึกษาและอาจารย์บางคนอาจจะไม่ถนัดและขาดทักษะการใช้ภาษาอังกฤษทั้งในการใช้คำค้นและการอ่านและประเมินผลที่ได้จากการสืบค้น ทำให้อาจไม่ได้รับข้อมูลที่ตรงกับความต้องการ

3.3 ด้านฐานข้อมูล พบว่า นักศึกษามีปัญหาการใช้ในระดับน้อย ส่วนอาจารย์มีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักศึกษามีปัญหาเรื่องเนื้อหาข้อมูลไม่ทันสมัยมากที่สุด อาจเนื่องจากการสืบค้นหากไม่ทราบเทคนิคหรือไม่มีการระบุปี ทำให้ผลการสืบค้นจะเป็นข้อมูลที่ไม่วัดปี อาจเป็นข้อมูลที่เก่าและไม่ทันสมัย ส่วนอาจารย์มีปัญหาเรื่องความเร็วในการประมวลผลการสืบค้นข้อมูลมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของลำพิง บัวจันธัฐ (2561) ได้ศึกษาการใช้ฐานข้อมูลออนไลน์ของอาจารย์และบุคลากร มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ พบว่าการสืบค้นฐานข้อมูลออนไลน์จากคอมพิวเตอร์ภายนอกห้องสมุดล่าช้า ขัดข้องบ่อย เนื่องจากฐานข้อมูลออนไลน์ส่วนใหญ่จำเป็นต้องมีการใช้งานผ่านเครือข่ายของมหาวิทยาลัยทำให้อาจารย์ต้องสืบค้นในเวลางานปกติ ดังนั้นจึงมีผู้ใช้งานในเวลาเดียวกันเป็นจำนวนมากอาจทำให้ระบบเครือข่ายมีความล่าช้า ส่งผลให้การสืบค้นและการประมวลผลของการสืบค้นล่าช้าตามไปด้วย หรือช่วงที่ระบบเครือข่ายของมหาวิทยาลัยขัดข้องทำให้การประมวลผลของการสืบค้นล่าช้า

3.4 ด้านอุปกรณ์และระบบเครือข่าย พบว่า นักศึกษาและอาจารย์มีปัญหาการใช้ฐานข้อมูลวารสารอิเล็กทรอนิกส์อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักศึกษาและอาจารย์มีปัญหาเรื่องจุดเชื่อมต่อ Wi-Fi ในมหาวิทยาลัยไม่เพียงพอ เนื่องจากสัญญาณ Wi-Fi ในมหาวิทยาลัยบางจุดอาจยังไม่ครอบคลุม เช่น ในห้องสาขาวิชา ซึ่งในการใช้งานฐานข้อมูลนั้นจำเป็นต้องใช้เครือข่ายของมหาวิทยาลัย หากใช้งานนอกเครือข่าย อาจมีข้อจำกัดการดาวน์โหลดเอกสาร

4. ข้อเสนอแนะการใช้ฐานข้อมูลวารสารอิเล็กทรอนิกส์

ผลการวิจัยซึ่งเป็นข้อเสนอแนะ พบว่า อาจารย์มีการเสนอแนะให้มีการบอกรับฐานข้อมูลเพิ่มขึ้นและให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการเพื่อให้สามารถดาวน์โหลดเอกสารฉบับเต็มได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ลำพิ่ง บัวจันอัฐ (2561) ได้ศึกษาการใช้ฐานข้อมูลออนไลน์ของอาจารย์และบุคลากร มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ พบว่า อาจารย์และบุคลากรมีปัญหาเรื่องฐานข้อมูลออนไลน์มีจำนวนไม่เพียงพอ ไม่มีเอกสารฉบับเต็มจากผลการสืบค้น และฐานข้อมูลที่ไม่ให้บริการไม่ตรงต่อความต้องการ ไม่ครอบคลุมสาขาที่ต้องการ และควรมีการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์การใช้ฐานข้อมูลมากขึ้น และมีจัดการอบรมการใช้ฐานข้อมูลมากขึ้น เนื่องจากศูนย์วิทยบริการมีข้อจำกัดในเรื่องงบประมาณที่ได้รับจัดสรรในแต่ละปีงบประมาณ ทำให้ไม่สามารถจัดซื้อฐานข้อมูลซึ่งส่วนใหญ่เป็นฐานข้อมูลต่างประเทศที่มีราคาสูงได้ เช่น ฐานข้อมูล IEEE แต่ได้มีการจัดซื้อฐานข้อมูลนอกเหนือจากฐานข้อมูลที่ สป.อว. บอกรับให้ ได้แก่ ฐานข้อมูล Gale ฐานข้อมูล EbSCO ซึ่งมีทั้งที่เป็นหนังสืออิเล็กทรอนิกส์และวารสารอิเล็กทรอนิกส์ และมีให้บริการผ่านหน้าเว็บไซต์ ศูนย์วิทยบริการ ส่วนการจัดอบรมวิธีการใช้ฐานข้อมูลต่างๆ ศูนย์วิทยบริการมีการจัดอบรมการใช้ฐานข้อมูลออนไลน์เป็นประจำทุกปีการศึกษา แต่เนื่องจากการประชาสัมพันธ์ไม่ได้แจ้งผู้ใช้เป็นรายบุคคล อาจทำให้อาจารย์และนักศึกษาไม่ได้รับทราบถึงการจัดอบรมและการให้บริการฐานข้อมูลต่างๆ ที่ศูนย์วิทยบริการมีให้บริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ หาปียะ ดาตุ (2558) ซึ่งพบว่าคณาจารย์มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา มีปัญหาใช้ฐานข้อมูลในด้านการอบรมและประชาสัมพันธ์ในระดับมาก 3 ประเด็น คือ มีการอบรมสาธิตน้อย การประชาสัมพันธ์ไม่ทั่วถึง และกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ขาดความน่าสนใจ และงานวิจัยของลำพิ่ง บัวจันอัฐ (2561) ซึ่งพบว่า อาจารย์และบุคลากรของมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษมีปัญหา เรื่องขาดการประชาสัมพันธ์ฐานข้อมูลออนไลน์ ซึ่งจากปัญหาเรื่องการเผยแพร่และการประชาสัมพันธ์ฐานข้อมูลไม่ทั่วถึง นอกจากนั้นศูนย์วิทยบริการควรมีการเสนอโครงการเพื่อรับการจัดสรรงบประมาณจากมหาวิทยาลัยในการบอกรับ

ฐานข้อมูลออนไลน์อื่นๆ ที่มีเนื้อหาตรงกับการจัดการเรียนการสอนในมหาวิทยาลัย เพื่ออาจารย์และนักศึกษาจะได้มีแหล่งสารสนเทศสำหรับการศึกษา และการวิจัยเพิ่มมากยิ่งขึ้น

สรุปผลการวิจัย

1. อาจารย์และนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ส่วนใหญ่เคยใช้ฐานข้อมูลวารสารอิเล็กทรอนิกส์ นักศึกษาส่วนใหญ่จะทราบว่ามีการบริการและวิธีการใช้จากอาจารย์ผู้สอน ส่วนอาจารย์ทราบการมีให้บริการจากเว็บไซต์ศูนย์วิทยบริการ และทราบวิธีการเข้าใช้โดยการเรียนรู้ด้วยตัวเองมากที่สุด นักศึกษาและอาจารย์มีการเข้าใช้โดยเชื่อมโยงจากเว็บไซต์ศูนย์วิทยบริการมากที่สุด วัตถุประสงค์ของนักศึกษาและอาจารย์ในการใช้เพื่อทำวิจัยและวิทยานิพนธ์มากที่สุด นักศึกษาและอาจารย์มีการเข้าใช้จากมหาวิทยาลัยมากที่สุด โดยนักศึกษาจะเข้าใช้จากศูนย์วิทยบริการมากที่สุด ส่วนอาจารย์จะเข้าใช้จากห้องสาขาวิชามากที่สุด นักศึกษาและอาจารย์ ส่วนใหญ่จะใช้เวลามากกว่า 1 ชั่วโมง นักศึกษาและอาจารย์มีความถี่ในการใช้ 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ ลักษณะของข้อมูลที่นักศึกษาและอาจารย์เคยใช้มากที่สุดคือ เอกสารฉบับเต็ม (Full text) ช่วงเวลาการใช้ที่บ่อยที่สุดของนักศึกษาคือ เวลา 13.00 – 17.00 น. ส่วนอาจารย์คือ ไม่แน่นอน ส่วนระดับการใช้ฐานข้อมูล พบว่านักศึกษามีการใช้ ฐานข้อมูล ACM Digital Library มากที่สุด ส่วนอาจารย์ใช้ฐานข้อมูล Science Direct มากที่สุด

2. ปัญหาการใช้ ด้านผู้ให้บริการพบว่า นักศึกษาและอาจารย์มีปัญหาด้านการเผยแพร่และการประชาสัมพันธ์ ฐานข้อมูลไม่ทั่วถึง มากที่สุด ด้านผู้ใช้บริการ พบว่า นักศึกษาและอาจารย์มีปัญหาข้อจำกัดเรื่องการใช้ภาษาต่างประเทศมากที่สุด ปัญหาด้านฐานข้อมูล พบว่า นักศึกษามีปัญหาเรื่องเนื้อหาข้อมูลไม่ทันสมัยมากที่สุด ส่วนอาจารย์มีปัญหาเรื่องความเร็วในการประมวลผลการสืบค้นข้อมูลมากที่สุด ปัญหาด้านอุปกรณ์และระบบเครือข่าย พบว่า นักศึกษาและอาจารย์มีปัญหาเรื่องจุดเชื่อมต่อ Wi-Fi ในมหาวิทยาลัย ไม่เพียงพอ มากที่สุด

3. แนวทางการปรับปรุงและพัฒนาการส่งเสริมการใช้ฐานข้อมูลวารสารอิเล็กทรอนิกส์ ศูนย์วิทยบริการควรบอกรับฐานข้อมูลให้ตรงกับสาขาที่เปิดการเรียนการสอน

เพิ่มขึ้น และหากผู้ให้บริการไม่สามารถดาวน์โหลดเอกสารฉบับเต็มในฐานข้อมูลที่ไม่เป็นสมาชิก ควรมีแนวทางในการได้มาของเอกสารฉบับเต็ม เช่น การขอความอนุเคราะห์จากการเครือข่ายความร่วมมือระหว่างห้องสมุด ศูนย์วิทยบริการ ควรมีการจัดอบรมการใช้ฐานข้อมูลมากยิ่งขึ้น เพื่อให้อาจารย์และนักศึกษาได้ทราบถึงเนื้อหาและวิธีการใช้งานฐานข้อมูล และมีการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์การใช้งานฐานข้อมูลผ่านหลากหลายช่องทางมากขึ้น บรรณารักษ์ควรมีการพัฒนาทักษะการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อสามารถให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ให้บริการ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ศูนย์วิทยบริการควรมีการดำเนินการจัดอบรมวิธีใช้ฐานข้อมูลให้แก่อาจารย์และนักศึกษาอย่างสม่ำเสมอ และควรมีช่องทางการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ทั้งการแนะนำฐานข้อมูลต่างๆ ที่มีให้บริการ วิธีการใช้ฐานข้อมูล การประชาสัมพันธ์แจ้งการอบรมในการใช้ฐานข้อมูลในช่องทางที่หลากหลายแก่อาจารย์ เพื่อให้บริการอย่างคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพ อาจารย์และนักศึกษาจะเห็นความสำคัญฐานข้อมูลและสามารถเข้าถึงฐานข้อมูลและมีแหล่งสารสนเทศที่เพียงพอต่อการเรียนการสอน

2. ศูนย์วิทยบริการ ควรมีแนวทางในการหาวิธีได้มาของเอกสารฉบับเต็ม หากผู้ให้บริการไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ เช่น การประสานงานระหว่างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างห้องสมุด เพื่อขอเอกสารฉบับเต็มจากห้องสมุดอื่น

3. ศูนย์วิทยบริการ ควรมีการเสนอโครงการเพื่อรับการจัดสรรงบประมาณจากมหาวิทยาลัยในการบอกรับฐานข้อมูลออนไลน์อื่นๆ ที่มีเนื้อหาตรงกับการเรียนการสอนในมหาวิทยาลัย เพื่ออาจารย์และนักศึกษาจะได้มีแหล่งสารสนเทศสำหรับการศึกษา และการวิจัยเพิ่มมากยิ่งขึ้น

4. จากปัญหาการใช้ฐานข้อมูล แบ่งเป็นด้านดังนี้

- 4.1 ด้านผู้ให้บริการ ศูนย์วิทยบริการควรมีการประชาสัมพันธ์การใช้ฐานข้อมูลในช่องทางที่หลากหลาย และจัดอบรมการใช้ให้แก่อาจารย์และนักศึกษา โดยเฉพาะอาจารย์จะสามารถแนะนำแก่นักศึกษาได้ เช่น การส่งเอกสารหรือรายละเอียดเกี่ยวกับการใช้บริการฐานข้อมูลให้แก่

อาจารย์และนักศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษาโดยตรง เช่น การส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์หรือการส่งข้อความผ่านระบบสมาชิกของโปรแกรมห้องสมุดอัตโนมัติ เพื่อให้ผู้ให้บริการจะได้ทราบข่าวทั้งเรื่องการอบรมการใช้ฐานข้อมูลและวิธีการใช้ฐานข้อมูลเป็นรายบุคคล

- 4.2 ด้านผู้ให้บริการ ผลการวิจัย พบว่าอาจารย์และนักศึกษามีปัญหาเรื่องข้อจำกัดเรื่องการใช้ภาษาต่างประเทศ เนื่องจากฐานข้อมูลให้บริการนั้นส่วนใหญ่เป็นภาษาอังกฤษ ในการเข้าถึงผู้ใช้อาจจะมีปัญหาด้านการใช้คำค้นและคำสำคัญที่ไม่ตรงกับความต้องการ ดังนั้นบรรณารักษ์อาจเป็นผู้แนะนำเกี่ยวกับการใช้คำค้น คำสำคัญ หรือ หัวเรื่องที่เป็นภาษาอังกฤษ รวมทั้งแนะนำเกี่ยวกับเทคนิคการเชื่อมคำ และการจำกัดขอบเขตในการสืบค้น เมื่อได้ผลการสืบค้นในเบื้องต้นบรรณารักษ์สามารถแนะนำผู้ใช้โดยการพิจารณาจากความหนาแน่นหรือความเกี่ยวข้องของคำที่ใช้สืบค้น โดยอาจจะพิจารณาในบทคัดย่อ โดยยังไม่ต้องแปลเอกสารทั้งหมด เพื่อให้ผู้ใช้จะได้พิจารณาว่าผลการสืบค้นที่ตรงกับความต้องการหรือไม่ ดังนั้นบรรณารักษ์ควรมีการพัฒนาทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อสามารถให้คำแนะนำแก่ผู้ให้บริการทั้งเรื่องการใช้คำค้น และการวิเคราะห์สารสนเทศที่ได้จากสืบค้นที่เป็นภาษาอังกฤษเพื่อช่วยผู้ใช้เลือกสารสนเทศที่ตรงกับความต้องการ รวมทั้งควรจัดทำเอกสารที่เป็นคู่มือในการใช้ฐานข้อมูลที่เป็นภาษาไทยทั้งในรูปแบบเอกสารและรูปเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ และในการจัดอบรมการใช้ฐานข้อมูลแต่ละครั้ง ศูนย์วิทยบริการควรจะเน้นในการเรื่องการใช้เทคนิคการสืบค้นโดยใช้คำสำคัญต่างๆ ที่เป็นภาษาอังกฤษและการใช้เทคนิคตรรกบูลีนในการเชื่อมคำ เพื่อให้ผู้ใช้เพื่อให้ได้ผลการสืบค้นที่ตรงกับความต้องการ

- 4.3 ด้านฐานข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษามีปัญหาเรื่องเนื้อหาข้อมูลในฐานข้อมูลไม่ทันสมัย การสืบค้นฐานข้อมูลนั้น หากผู้สืบค้นไม่ทราบเทคนิคในการระบุปีในการสืบค้นทำให้ผลการสืบค้นที่ได้จะเป็นข้อมูลเก่าหรือล้าสมัย ดังนั้นศูนย์วิทยบริการควรมีการจัดอบรมหรือแนะนำเทคนิคในการสืบค้นเพื่อผู้ใช้บริการระบุขอบเขตในการสืบค้น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ทันสมัยและตรงกับความต้องการ ส่วนอาจารย์มีปัญหาเรื่องความรวดเร็วในการประมวลผลการสืบค้นข้อมูลเนื่องจากฐานข้อมูลออนไลน์ส่วนใหญ่จำเป็นต้องมีการใช้งาน

ผ่านเครือข่ายของมหาวิทยาลัยและต้องใช้เวลาทำงานปกติ ดังนั้นจึงมีผู้ใช้งานในเวลาเดียวกันเป็นจำนวนมากทำให้เครือข่ายมีความล่าช้า ศูนย์วิทยบริการควรประสานงานกับศูนย์คอมพิวเตอร์ที่สัญญาเครือข่ายขัดข้อง รวมทั้งแนะนำอุปกรณ์หรือโปรแกรมพื้นฐานสำหรับใช้ในสืบค้นฐานข้อมูลเพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถสืบค้นฐานข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4.4 ด้านอุปกรณ์และระบบเครือข่าย ศูนย์วิทยบริการ ควรมีการประสานงานกับศูนย์คอมพิวเตอร์เพื่อดำเนินการปรับปรุงจุดเชื่อมต่อ Wi Fi ภายในมหาวิทยาลัย โดยเฉพาะจุดเชื่อมต่อภายในศูนย์วิทยบริการ ให้เพียงพอและมีประสิทธิภาพต่อการให้บริการ

5. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาสภาพการใช้งานข้อมูลออนไลน์อื่นๆ ที่มีให้บริการในศูนย์วิทยบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย โดยเฉพาะฐานข้อมูลที่มหาวิทยาลัยเป็นสมาชิกโดยมีค่าใช้จ่าย เพื่อประเมินความคุ้มค่าในการบอกรับหรือต่ออายุการเป็นสมาชิก

เอกสารอ้างอิง

- จารุวรรณ กันหาโนน. (2557). *การใช้งานข้อมูลออนไลน์ของอาจารย์และนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.
- ธญา ตันติวราภา. (2551). *การใช้และความต้องการใช้ฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ของอาจารย์มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ* (การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2543). *การวิจัยเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: ชมรมเด็ก
- มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย. (2563). *คู่มือการประกันคุณภาพการศึกษาภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ประจำปีการศึกษา 2563 (1 กรกฎาคม 2563 – 31 พฤษภาคม 2564)*. เลย: มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.
- ลำพึง บัวจันธุ์. (2561). *การใช้งานข้อมูลออนไลน์ของอาจารย์และบุคลากร มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ*. ศรีสะเกษ: มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ.
- สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2559, 10 พฤศจิกายน). *หนังสือที่ ศธ 0575/ว.136 เรื่องการสมทบค่าบอกรับสมาชิกฐานข้อมูล Science Direct*.
- สำนักงานบริหารเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อพัฒนาการศึกษา. (2564). *สถิติการใช้งานฐานข้อมูล*. สืบค้นจาก <https://www.uni.net.th/database-search-statistics/>
- สำนักงานบริหารเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อพัฒนาการศึกษา. (2565). *สืบค้นฐานข้อมูล*. สืบค้นจาก <https://www.uni.net.th/reference-database>
- สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. (2564, 16 พฤศจิกายน). *หนังสือที่ อว. 0219/ว.814 เรื่อง ขอแจ้งเปลี่ยนแปลงระยะเวลาการให้บริการฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์เพื่อการสืบค้นข้อมูล*.
- สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. (2565, 19 มกราคม). *หนังสือที่ อว. 0219/ว.1041 เรื่องการบอกรับสมาชิกฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์เพื่อการสืบค้นข้อมูล (ออนไลน์) สำหรับสถาบันอุดมศึกษา ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565*.
- นัยกานต์ วงศ์สวัสดิ์. (2555). *การใช้งานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ของอาจารย์และนักศึกษาสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์*. กรุงเทพฯ: สำนักบรรณสารการพัฒนา สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- หาบีปะ ดาตุ. (2558). *การใช้ ปัญหา และความต้องการใช้ฐานข้อมูลออนไลน์ของคณาจารย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, สงขลา.
- Yamane, T. (1970). *Statistics: an introductory analysis*. (2nd ed.). New York: Harper.

ทัศนคติของนิสิตพยาบาล คณะพยาบาลศาสตร์ บุรีรัมย์ มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น ต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านสมาร์ทโฟน

Attitude of Nursing Students, Faculty of Nursing, Buriram, Western University on Using Social Network of Smartphone

รณชัย คนบุญ¹ ฐานิดา สมขันธ์² กิตติพงษ์ เรือนเพชร² พันธิพา จารณัย³ นภาพร เหลืองมงคลชัย²

Ronnachai Khonboon¹ Tanida Somkhantee² Kitipong Ruanphet² Panthipa Jaranai³ Napaporn Luangmongkhonchai²

Corresponding Author's Email: ronnachai.k@nrru.ac.th¹

(Received: November 22, 2021; Revised: June 13, 2022; Accepted: August 2, 2022)

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของนิสิตพยาบาล คณะพยาบาลศาสตร์ บุรีรัมย์ มหาวิทยาลัยเวสเทิร์นต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านสมาร์ทโฟน เป็นการวิจัยแบบผสมผสานทั้งเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ โดยใช้แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามที่คณะผู้วิจัยพัฒนาขึ้นมีความตรงเชิงเนื้อหา 0.93 และค่าความเที่ยง 0.79 กลุ่มตัวอย่างคือ นิสิตพยาบาล คณะพยาบาลศาสตร์ บุรีรัมย์ มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น ชั้นปีที่ 1 - 4 จำนวน 179 คน ประกอบด้วย 2 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาทัศนคติของนิสิตพยาบาลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านสมาร์ทโฟน ด้วยแบบสอบถาม จำนวน 179 คน ขั้นตอนที่ 2 การสนทนากลุ่ม กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน โดยเลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่ายวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยสถิติเชิงพรรณนาและนำเสนอค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า ทัศนคติของนิสิตพยาบาลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านสมาร์ทโฟนภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.36$, S.D.= 0.98) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านความรู้ อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ด้านความรู้สึก และด้านพฤติกรรม ($\bar{X} = 3.70$, 3.19 และ 3.16, S.D.= 0.99, 0.98 และ 0.98 ตามลำดับ) วัตถุประสงค์ของกลุ่มตัวอย่างต่อการใช้อินเทอร์เน็ต คือ เรื่องการเรียน การผ่อนคลายความเครียด การสื่อสาร และการขายของออนไลน์ ซึ่งสื่อโซเชียลมีความสำคัญกับการใช้ชีวิตประจำวัน เพราะต้องใช้ในการติดต่อสื่อสาร การศึกษา การติดตามข่าวสาร การสร้างสัมพันธ์ภาพ และเป็นตัวช่วยในการตัดสินใจ ผลการวิจัยนี้เป็นแนวทางในการส่งเสริมพฤติกรรมในการใช้สมาร์ทโฟนที่ถูกต้องคือ 1) ผู้ใช้สมาร์ทโฟนต้องมีสติ มีวิจารณญาณในการแยกแยะข้อมูล 2) จัดสรรเวลาในการใช้สมาร์ทโฟนไม่ให้เกิดกระทบกับการเรียน 3) ใช้ภาษาในสื่อสารอย่างเหมาะสมในการโพสต์ข้อความ ดังนั้นควรส่งเสริมให้นิสิต นักศึกษา ได้เรียนรู้การใช้อินเทอร์เน็ตผ่านสมาร์ทโฟนอย่างถูกต้อง

คำสำคัญ: ทัศนคติ นิสิตพยาบาล สื่อสังคมออนไลน์ สมาร์ทโฟน

Abstract

The purpose of this study was to study the attitudes of nursing students. Faculty of Nursing, Buriram, Western University towards the use of social media through smartphones It is a mixed quantitative research. and qualitative The interview form and questionnaire developed by the research team were used with a content validity of 0.93 and a reliability value of 0.79. The sample consisted of 179 nursing students from Buriram Faculty of Nursing, Western University, year 1-4 of the academic year 2018. People consisted of 2 steps: Step 1: Studying the attitudes of nursing students towards using social media via smartphones. With a questionnaire of 179 people, step 2, focus

¹ อาจารย์ประจำหลักสูตรพยาบาลศาสตรบัณฑิต คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

² อาจารย์ประจำหลักสูตรพยาบาลศาสตรบัณฑิต คณะพยาบาลศาสตร์ บุรีรัมย์ มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

³ อาจารย์ประจำหลักสูตรพยาบาลศาสตรบัณฑิต คณะพยาบาลศาสตร์ เนชั่น

¹ Lecturer, Nursing program, Faculty of Nursing, Nakhon Ratchasima Rajabhat University

² Lecturers, Nursing program, Faculty of Nursing, Buriram, Western University

³ Lecturer, Nursing program, Faculty of Nursing, Nation University

group discussion in representatives of a sample of 30 people, using a simple random sampling method. The quantitative data were analyzed by descriptive statistics and presented the percentage, mean, part. standard deviation The qualitative data part uses content analysis with Content Analysis.

The results of this research found that The overall attitude of nursing students towards the use of social media via smartphones was at a moderate level ($\bar{X} = 3.36$, S.D.= 0.98). and the result revealed that the average score including affective, knowledge and behavior were quite good level ($\bar{X} = 3.70$, 3.19 and 3.16, S.D.= 0.99, 0.98 and 0.98), respectively. For this reason, to used social media that was for study, relaxation, community and selling products via social media. The social media was important in daily life because must use to communication, education, news, relationship, trendsetter and decision. This finding the guideline to promote using behavior social network of smartphone including: 1) Should use the social media with consciousness; 2) allocate time; and 3) use proper language such as posting messages or comments appropriately. Their fore should be encouraged students to learn the correct use of social media via smartphone.

Keywords: attitude, nursing student, social network, smart phone

ความเป็นมาของปัญหา

สังคมในปัจจุบันมีการพัฒนาทั้งด้านระบบสื่อสาร เศรษฐกิจ เทคโนโลยี อย่างรวดเร็ว จนกลายเป็นยุคโลกาภิวัตน์ (Globalization) เป็นผลมาจากการพัฒนาเทคโนโลยี สารสนเทศและโครงสร้างทางเศรษฐกิจโลก ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น นั้นส่งผลทำให้ทุกประเทศเกิดการเชื่อมโยงและพึ่งพาอาศัยกัน ติดต่อกันได้ง่ายขึ้น หรือเรียกว่า โรคไร้พรมแดน โดยมีการ ติดต่อกันผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นตัวกลางในการเชื่อมโยง มีประโยชน์อย่างมากในเชิงธุรกิจ นอกจากนี้ ยังใช้เป็นตัวกลางในการค้นหาหาข้อมูลต่างๆ จนมาถึงยุคปัจจุบัน มีการเปลี่ยนแปลงการค้นหาข้อมูล เชื่อมโยงข้อมูลจาก คอมพิวเตอร์มาเป็นสมาร์ทโฟน เพราะรูปแบบการใช้งานง่าย คล่องตัว และสะดวกสบายในการใช้งาน (พรณพิลาศ กุลดิลก, 2560)

สำหรับประเทศไทยได้ใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและ สังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) เป็นแผนแม่บท หลักของการพัฒนาประเทศ และเป้าหมายพัฒนาที่ยั่งยืน โดย ปรับโครงสร้างประเทศไทย 4.0 โดยเร่งพัฒนาประเทศในทุก ด้าน เช่น เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม ระบบโลจิสติกส์ วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัย นวัตกรรม การเมือง การสาธารณสุข และ การศึกษา เน้นให้ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมพัฒนา ยกย่อง คุณภาพการศึกษา การเรียนรู้ คุณภาพบริการสาธารณะให้ ทัวถึง ลดความเหลื่อมล้ำ และสร้างขีดความสามารถในการ

พัฒนาเมืองให้น่าอยู่ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการ เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานกฤษฎีกา, 2559)

การพัฒนาให้บุคคลเป็นผู้ที่มีคุณภาพตาม แผนพัฒนาแห่งชาติได้นั้น จะต้องเริ่มจากการพัฒนาเด็กและ เยาวชนไทยให้มีความรู้ความสามารถในการพัฒนาตนเอง มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการเรียนการสอนเพื่อพัฒนาให้ เด็กไทยก้าวเข้าสู่ยุคไทยแลนด์ 4.0 เพิ่มขีดความสามารถทาง การศึกษาให้ก้าวเข้าสู่ยุคสังคมโลกที่มีการพัฒนาเทคโนโลยี อย่างไร้ขีดจำกัด สามารถค้นหาข้อมูลได้อย่างถูกต้องมีการ แลกเปลี่ยน เรียนรู้ ข้อมูลที่ทันสมัย และเป็นระบบ เชื่อมโยง ความรู้กับจินตนาการ เปลี่ยนแปลงไปสู่รูปธรรมให้ผู้เรียนมี ทักษะที่ต้องการ เช่น การทำงานร่วมกัน ความคิดสร้างสรรค์ และการสื่อสารที่ดี โดยเน้นให้ผู้เรียนมีทักษะในการสืบค้น ข้อมูลและใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (พาสณา จุลรัตน์, 2561)

ผลของการพัฒนาประเทศทำให้สังคมไทยเปลี่ยนวิถี การใช้ชีวิตมาใช้สมาร์ทโฟนกันมากขึ้น ซึ่งเป็นเทคโนโลยี ที่ตอบโจทย์ความต้องการและรูปแบบการใช้ชีวิต ที่สะดวกสบาย จากผลการสำรวจการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2559 พบว่า ในจำนวน ประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไป ประมาณ 62.8 ล้านคน มีผู้ใช้ โทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนมากถึง 31.7 ล้านคน คิดเป็น ร้อยละ 50.5 โดยมีอัตราการใช้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง นับตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2555 ที่มีเพียง 5 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 8.0

ส่วนกิจกรรมที่ทำส่วนใหญ่ผ่านสมาร์ทโฟนคือ ใช้บริการโซเชียลเน็ตเวิร์ค ร้อยละ 91.5 ดาวน์โหลด หนังสือ ร้อยละ 88.0 ใช้แอปโหลดข้อมูล ร้อยละ 55.9 และติดตามข่าวสาร ร้อยละ 46.5 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2559)

แนวโน้มการใช้บริการสื่อสังคมออนไลน์ผ่านสมาร์ทโฟนมีอัตราสูงขึ้น หากใช้บริการเป็นเวลานานๆ หรือใช้ไม่ถูกต้อง อาจส่งผลกระทบต่อหลายประการ เช่น สุขภาพร่างกายได้ ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการผ่านอินเทอร์เน็ตเรียนหนังสือไม่ทันเพื่อน การส่งต่อข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง ทำให้การสื่อสารผิดพลาด ขาดความไว้วางใจ (เพ็ญพอน พ่วงแพ, 2559) นอกจากนี้ยังส่งผลกระทบต่อปัญหาด้านสุขภาพหลายประการ เช่น แสบตา ปวดกระบอกตา กล้ามเนื้อตาอ่อนล้า ตาพร่ามัว สายตาสั้น เส้นประสาทตาถูกทำลาย มีโอกาสเป็นต้อเนื้อ ต้อลม รวมทั้งมีโอกาสปวดศีรษะ คอ หลัง ไหล่ ข้อมือ หัวไหล่ และแขน เป็นต้น ปัญหาด้านจิตใจอารมณ์จะทำให้จิตใจไม่สงบ อารมณ์เสีย หงุดหงิด ขาดทักษะการเข้าสังคม (วรรณคล เชื้อมงคล, ธีรวิทย์ อินทิตานนท์ และ จตุพร หวังเสด, 2562) นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มบุคคลที่ใช้โทรศัพท์สมาร์ทโฟนส่วนใหญ่เป็นวัยรุ่น สอดคล้องกับพัฒนาการของวัยรุ่นที่ว่า เป็นช่วงวัยที่มีความต้องการอยากรู้ อยากเห็น ต้องการการยอมรับจากสังคม เป็นตัวของตัวเอง จึงเป็นเหตุผลให้กลุ่มวัยรุ่นมีการใช้บริการจากสื่อออนไลน์เพื่อปรับตัวให้ทันสมัย เข้ากับกลุ่มเพื่อน ค้นหาเพื่อน พาตัวเองเข้าสู่สังคมออนไลน์ สื่อสังคมต่างๆ (จุฑามาศ กิตติศรี, รัชชานา หน่อคา และ คะเนิงนิจ เพชรรัตน์, 2560)

พยาบาลเป็นผู้ให้บริการทางด้านสุขภาพ เป็นผู้ให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษา ดังนั้นพยาบาลควรที่จะสามารถดูแลผู้ที่มีปัญหาเกี่ยวกับกลุ่มอาการบาดเจ็บที่เกิดจากการใช้สมาร์ทโฟนที่เรียกว่าโรค Cell-phone elbow (สิทธิ ลิขิตนุกูล, 2559) ในมิติของการส่งเสริมและฟื้นฟูสุขภาพให้มีประสิทธิภาพ และควรเรียนรู้แนวโน้มและการป้องกันโรคไม่ใช่ว่าเฉพาะเพียงพยาบาลวิชาชีพเท่านั้น แต่ยังรวมถึงนิตพยาบาลที่เป็นเยาวชนรุ่นใหม่ที่มีความเสี่ยงต่อการใช้สมาร์ทโฟนอย่างผิดวิธีและควรเป็นตัวอย่างที่ดีทั้งด้านการดูแลสุขภาพ จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องพบว่า การใช้สื่อสังคมออนไลน์มีผลต่อการดำเนินชีวิตเป็นอย่างมาก ซึ่งงานวิจัยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในด้าน

พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ และผลกระทบของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ แต่การศึกษาเกี่ยวกับการค้นหาประเด็นทัศนคติของนิสิตพยาบาลต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ผ่านสมาร์ทโฟนยังมีน้อย การศึกษาทัศนคตินี้จะทำให้เข้าใจในองค์ประกอบ ทางด้านความรู้สึก ความรู้ และพฤติกรรม ของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ผ่านสมาร์ทโฟนสามารถนำไปต่อยอดทางองค์ความรู้ แนวทางการปฏิบัติตัว หรือการจัดการในระดับอุดมศึกษาให้เป็นผู้มีความรู้และถูกพัฒนาได้อย่างเหมาะสม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาทัศนคติของนิสิตพยาบาล คณะพยาบาลศาสตร์ บุรีรัมย์ มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น ต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ผ่านสมาร์ทโฟน

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประเภทการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้การวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed method research) ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากร คือ นิสิตพยาบาล คณะพยาบาลศาสตร์ บุรีรัมย์ มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น ชั้นปีที่ 1-4 ปีการศึกษา 2561

2.2 กลุ่มตัวอย่าง แบ่งเป็น

2.2.1 กลุ่มตัวอย่างสำหรับวิธีวิจัยเชิงปริมาณ คือ นิสิตพยาบาล จำนวน 179 คน โดยมีคุณสมบัติตามลักษณะที่คัดเข้า (Inclusion criteria) ดังนี้ 1) ใช้สมาร์ทโฟน 2) ใช้บริการสื่อสังคมออนไลน์ แอปพลิเคชัน ได้แก่ Facebook Line Instagram หรือ Youtube อย่างใดอย่างหนึ่ง หรือทั้งหมด 3) ยินดีเข้าร่วมในการศึกษา คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ตารางสำเร็จรูปของ Krejcie and Morgan (1970) ในสัดส่วนของลักษณะประชากรเท่ากับ 0.5 ระดับความคาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5% และ ระดับความเชื่อมั่น 95% จากจำนวนนิสิตพยาบาล ทั้ง 4 ชั้นปี พบว่าจะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 162 คน คำนวณการสูญเสียข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามที่มีปัญหาข้อมูลไม่ครบถ้วนหรือสูญหาย (Drop out) คิด 10% จากกลุ่มตัวอย่าง ดังนั้น กลุ่มตัวอย่าง จะเท่ากับ 179 คน

2.2.2 กลุ่มตัวอย่างสำหรับวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ
 นิสิตพยาบาล จำนวน 30 คน คัดเลือกจากนิสิตพยาบาล
 กลุ่มตัวอย่างจาก 179 คน ชำรงต้น แบ่งเป็น 5 กลุ่มๆ ละ 6 คน
 แบ่งสัดส่วนแต่ละชั้นปีอย่างละเท่าๆ กัน จากนั้นใช้วิธีการ
 จับหมายเลขแทนชื่อ ของกลุ่มตัวอย่าง จัดใส่ในภาชนะ และ
 สุ่มจับสลากขึ้นมาตามแต่ละชั้นปี เข้ากลุ่มการสนทนากลุ่ม
 (Focus group) ใช้เวลา 30 นาที

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

3.1 วิธีวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามข้อมูลทั่วไป
 จำนวน 7 ข้อ และแบบสอบถามทัศนคติของนิสิตพยาบาลต่อ
 การใช้สื่อสังคมออนไลน์ผ่านสมาร์ทโฟน จำนวน 28 ข้อ
 ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วน ประมาณค่า
 5 ระดับ ซึ่งผู้วิจัยใช้แบบสอบถามของ กชกร วงษ์สุทธิ และ
 คณะ (2560)

3.2 วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้แบบสอบถามปลายเปิด
 สำหรับการเข้าสนทนากลุ่ม (Focus group)

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย ทำการ
 ตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content validity) โดย
 ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ประกอบไปด้วย อาจารย์ประจำ
 สาขาพยาบาลศาสตร์ สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ
 และสาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรม โดยคำนวณค่าดัชนีตรง
 ตามเนื้อหา ได้เท่ากับ 0.93 จากนั้นนำไปทดลองใช้ (Try-out)
 กับกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติเดียวกับกลุ่มที่ต้องการศึกษา
 จำนวน 20 ราย ค่า Cronbach's coefficient ได้เท่ากับ 0.79

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1 คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างตามคุณสมบัติ และจับ
 สลากรายชื่อนักศึกษาตามจำนวนที่กำหนด

4.2 คณะผู้วิจัยชี้แจงวัตถุประสงค์โครงการวิจัย

4.3 แจกแบบสอบถามทัศนคติของนิสิตพยาบาลต่อ
 การใช้สื่อสังคมออนไลน์ผ่านสมาร์ทโฟนจำนวนทั้ง 179 ฉบับ
 แบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้ มีความถูกต้องครบถ้วน
 สมบูรณ์คิดเป็นร้อยละ 100 ใช้เวลา 20 นาที สำหรับการตอบ
 แบบสอบถาม

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 นำเสนอข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ ระดับชั้น
 รายได้ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน และที่อยู่
 อาศัยปัจจุบัน โดยใช้ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบน
 มาตรฐาน

5.2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามทัศนคติของ
 นิสิตพยาบาลจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ผ่านสมาร์ทโฟน
 โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

5.3 วิเคราะห์ข้อมูลจากการทำสนทนากลุ่ม (Focus
 group) ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
 ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 95.53 รองลงมา คือ
 เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 3.35 และเพศทางเลือก คิดเป็นร้อยละ
 1.12 โดยมีอายุเฉลี่ย 20.43 ปี (S.D.= 1.24) เป็นนิสิตที่กำลัง
 ศึกษาในระดับชั้นปีที่ 1, 2, 3 และ 4 โดยคิดเป็นร้อยละ
 37.99, 22.91, 21.79 และ 17.32 ตามลำดับ ส่วนใหญ่
 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 5,000 บาท รองลงมา
 มีรายได้ 5,000-10,000 บาท และ 10,001-15,000 บาท
 โดย คิดเป็นร้อยละ 53.07, 45.81 และ 1.12 ตามลำดับ
 ส่วนใหญ่มีรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท
 รองลงมาคือน้อยกว่า 5,000 บาท โดยคิดเป็นร้อยละ 56.98
 และ 43.02 ตามลำดับ แหล่งที่มาของรายได้ส่วนใหญ่
 มาจากผู้ปกครอง (บิดา/มารดา) เพียงแหล่งเดียว รองลงมา
 คือ ได้รับจากผู้ปกครอง (บิดา/มารดา) ร่วมกับกองทุนกู้ยืม
 เพื่อการศึกษา กยศ. ลำดับถัดมาได้รับจากผู้ปกครอง (บิดา/
 มารดา) ร่วมกับญาติพี่น้อง และกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา
 กยศ. และสุดท้ายได้รับจากผู้ปกครอง (บิดา/มารดา) ร่วมกับ
 ทุนสนับสนุนจากสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด โดยคิดเป็น
 ร้อยละ 52.51, 40.78, 5.03 และ 1.68 ตามลำดับ ค่าบริการ
 โทรศัพท์รายได้ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จะใช้น้อยกว่า 500
 บาท ลำดับถัดมาจะใช้ 500-1,000 บาท และ 1,000-1,500
 บาท โดยคิดเป็นร้อยละ 64.80, 29.05 และ 6.15 ตามลำดับ
 ส่วนการใช้โซเชียลเป็นประจำวัน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่
 ใช้ Facebook รองลงมาเป็น Line, Messenger, Youtube,
 Instragram, Twitter โดยคิดเป็นร้อยละ 93.30, 81.56,
 80.45, 75.42, 72.07, 23.46 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยคะแนนทัศนคติของนิสิต
 พยาบาล คณะพยาบาลศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัยเวสเทิร์น
 ต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ผ่านสมาร์ทโฟน โดยรวม
 ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยรวมของทัศนคติของนิสิตพยาบาลต่อการใช้อีคอมเมิร์ซออนไลน์ผ่านสมาร์ทโฟน

ทัศนคติของนิสิตพยาบาลจากการใช้อีคอมเมิร์ซออนไลน์ผ่านสมาร์ทโฟน	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ด้านความรู้สึก	3.19	0.98	ปานกลาง
2. ด้านความรู้	3.70	0.99	มาก
3. ด้านพฤติกรรม	3.16	0.98	ปานกลาง
รวม	3.36	0.98	ปานกลาง

จากตารางที่ 1 พบว่า ทัศนคติของนิสิตพยาบาลโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.36$, S.D. = 0.98) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า คะแนนเฉลี่ยทัศนคติสูงสุด คือ ด้านความรู้ต่อการการใช้อีคอมเมิร์ซออนไลน์ผ่านสมาร์ทโฟน ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาคือด้านความรู้สึก และด้านพฤติกรรม ($\bar{X} = 3.70$, 3.19 และ 3.16, S.D.= 0.99, 0.98 และ 0.98 ตามลำดับ)

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยรวมของทัศนคติของนิสิตพยาบาลต่อการใช้อีคอมเมิร์ซออนไลน์ผ่านสมาร์ทโฟน แบบรายข้อ

คำถาม	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านความรู้สึก			
1. ผ่อนคลาย สบายใจ คลายความเครียด และสนุกสนาน	3.87	0.99	มาก
2. ความพึงพอใจ	3.77	0.98	มาก
3. ได้ประโยชน์จากการใช้งาน	3.67	0.95	มาก
4. หากไม่ได้ใช้จะรู้สึกวุ่นวาย วิตกกังวล หน่วงช้า หน่วงช้า ในการติดต่อสื่อสาร	2.47	0.97	น้อย
ด้านความรู้			
1. การแสดงความคิดเห็นโดยโพสต์ข้อความต่อว่าบุคคลอื่นที่กระทำผิด เป็นการละเมิดสิทธิมนุษยชนและผิดกฎหมาย พ.ร.บ คอมพิวเตอร์	3.84	0.65	มาก
2. สามารถแยกแยะข้อเท็จจริง ของข้อมูลที่ได้รับ จากสื่อสังคมออนไลน์ได้	3.73	0.69	มาก

ตารางที่ 2 (ต่อ)

คำถาม	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
3. สามารถค้นหาข้อมูลที่น่าเชื่อถือ ได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว	3.72	0.67	มาก
4. การใช้อีคอมเมิร์ซออนไลน์ผ่านสมาร์ทโฟนเป็นความจำเป็นในชีวิตประจำวัน	3.62	0.97	มาก
ด้านพฤติกรรม			
1. ใช้เพื่อรับชมความบันเทิง เช่น ดูหนัง ละคร เล่นเกม ฟังเพลง	3.90	1.02	มาก
2. ใช้ในการค้นหาข้อมูล	3.79	1.01	มาก
3. ใช้ในการซื้อ ขายสินค้าและบริการอื่น	3.61	0.98	มาก
4. นำสมาร์ทโฟนมาใช้ทันทีเมื่อพักกลางวัน หรือพักระหว่างเรียน หรือมีเวลาว่าง	2.46	0.94	น้อย

จากตารางที่ 2 พบว่าทัศนคติของนิสิตพยาบาลคณะพยาบาลศาสตร์ บุรีรัมย์ มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น ต่อการใช้อีคอมเมิร์ซออนไลน์ผ่านสมาร์ทโฟน เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าคะแนนเฉลี่ยทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างสูงสุด แต่ละด้านของทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความรู้สึก คือ ใช้อีคอมเมิร์ซออนไลน์ผ่านสมาร์ทโฟนเพื่อผ่อนคลาย สบายใจ คลายความเครียด และสนุกสนาน ($\bar{X} = 3.87$, S.D.= 3.99) 2) ด้านความรู้ในการใช้อีคอมเมิร์ซออนไลน์ผ่านสมาร์ทโฟน เรื่องการแสดงความคิดเห็นโดยโพสต์ข้อความต่อว่าบุคคลอื่นที่กระทำผิด เป็นการละเมิดสิทธิมนุษยชนและผิดกฎหมาย พ.ร.บ. คอมพิวเตอร์ ($\bar{X} = 3.84$, S.D.= 0.65) 3) ด้านพฤติกรรมการใช้อีคอมเมิร์ซออนไลน์ผ่านสมาร์ทโฟน คือ ใช้เพื่อรับชมความบันเทิง เช่น ดูหนัง ละคร เล่นเกม ฟังเพลง ($\bar{X} = 3.87$, S.D.= 1.02) ส่วนคะแนนเฉลี่ยทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างต่อการใช้อีคอมเมิร์ซออนไลน์ผ่านสมาร์ทโฟน พบว่าค่าเฉลี่ยต่ำสุดของ แต่ละด้านทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความรู้สึก คือ หากไม่ได้ใช้จะรู้สึกวุ่นวาย วิตกกังวล หน่วงช้า หน่วงช้า ในการติดต่อสื่อสาร ($\bar{X} = 2.47$, S.D.= 0.97) 2) ด้านความรู้ เรื่อง การใช้อีคอมเมิร์ซออนไลน์ผ่านสมาร์ทโฟน เป็นความจำเป็นในชีวิตประจำวัน ($\bar{X} = 3.62$, S.D.= 0.97) 3) ด้านพฤติกรรม คือ การนำสมาร์ทโฟนมาใช้ทันทีเมื่อพักกลางวัน หรือพักระหว่างเรียน หรือมีเวลาว่าง ($\bar{X} = 2.46$, S.D.= 0.94)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

จากการทำสนทนากลุ่ม (Focus group) คำถามข้อที่ 1 ท่านคิดว่าสื่อโซเชียลมีความสำคัญกับการใช้ชีวิตประจำวันหรือไม่อย่างไร กลุ่มตัวอย่างทุกคนเห็นว่่าสื่อโซเชียลมีความสำคัญกับการใช้ชีวิตประจำวัน โดยให้เหตุผลหลักอยู่ 6 ประเด็น ได้แก่ 1) ต้องใช้ในการติดต่อสื่อสาร 2) ต้องใช้ในการศึกษาเล่าเรียน 3) ต้องใช้ในการติดตามข่าวสาร 4) ต้องใช้ในการสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีต่อกัน 5) สื่อโซเชียลมีกลไกในการกำหนดประเด็นสำคัญในการใช้ชีวิตประจำวัน และ 6) สื่อโซเชียลเป็นตัวช่วยในการตัดสินใจ

คำถามข้อที่ 2 ท่านคิดว่าสื่อโซเชียลมีโทษอะไรบ้าง ผู้วิจัยสรุปคำตอบจากคำถามนี้ได้ 6 ประเด็น ได้แก่ 1) ด้านร่างกาย 2) ด้านสุขภาพจิต 3) ด้านการเรียน 4) ด้านสัมพันธ์ภาพ 5) ด้านพฤติกรรม และ 6) ด้านกฎหมาย

คำถามข้อที่ 3 วัตถุประสงค์ของการใช้สื่อโซเชียลของท่านคือเรื่องใด ผู้วิจัยสรุปคำตอบจากคำถามนี้ได้ 4 ประเด็น ได้แก่ 1) เรื่องการเรียน 2) เรื่องการผ่านคลายความเครียด 3) เรื่องการสื่อสาร และ 4) เรื่องการขายของออนไลน์

คำถามข้อที่ 4 การใช้สื่อโซเชียลที่ถูกต้องเหมาะสมควรเป็นอย่างไร ผู้วิจัยสรุปคำตอบจากคำถามนี้ได้ 3 ประเด็น ได้แก่ 1) การใช้สติและวิจารณญาณ 2) การจัดสรรเวลา และ 3) การใช้ภาษา

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาพบว่า ประการที่หนึ่ง คะแนนเฉลี่ยทัศนคติสูงสุดคือด้านความรู้ต่อการการใช้สื่อสังคมออนไลน์ผ่านสมาร์ทโฟนซึ่งอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.70$, S.D.= 0.99) สอดคล้องกับการศึกษาของกชกร วงษ์สุโท และ คณะ (2560) เรื่องทัศนคติของนักศึกษาพยาบาล วิทยาลัยบัณฑิตเอเซีย ต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ผ่านสมาร์ทโฟนพบว่า คะแนนทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างด้านความรู้เท่ากับ 4.16 (S.D.= 0.41) แปลผลอยู่ในระดับดี จึงพอสรุปได้ว่าความรู้ คือการจัดการทางด้านความคิด การจดจำ การแปลความเข้าใจ จัดเก็บอย่างเป็นระบบนำมาใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์ โดยกลุ่มนิสิตพยาบาลซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างสามารถพัฒนาขีดความสามารถทางด้านความรู้เพิ่มขึ้นได้ โดยอาจารย์

ต้องมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมให้ความรู้ต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างเหมาะสม เช่น การศึกษาของโสมฉาย บุญญานันต์ (2560) เรื่องการนำเครือข่ายทางสังคมออนไลน์มาใช้เพื่อสนับสนุนการจัดการเรียนรู้ศิลปะสำหรับผู้เรียนในยุคการศึกษา 4.0 ผู้วิจัยออกแบบการจัดการเรียนการสอนโดยนำหลักการที่สัมพันธ์กับความต้องการของคนในยุคสมัยใหม่ที่ทำงานกับโลกออนไลน์ ใช้สื่อสังคมออนไลน์มาสร้างกิจกรรม เพื่อให้ผู้เรียนเกิดความรู้เพิ่มขึ้น ประการที่สอง คะแนนเฉลี่ยด้านความรู้สึกเท่ากับ 3.19 (S.D.= 0.98) แปลผลได้ว่าอยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับการศึกษาของเสาวภาคย์ แหลมเพชร (2559) เรื่องพฤติกรรมและผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดนนทบุรี พบว่านักเรียนส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ คือ ด้านอารมณ์อยู่ในระดับปานกลาง จึงพอสรุปได้ว่า ความรู้สึกของกลุ่มตัวอย่างเป็นส่วนที่เกี่ยวกับอารมณ์ที่มีทั้งด้านความพึงพอใจ และไม่พึงพอใจ โดยกลุ่มตัวอย่างมีการแสดงความรู้สึกต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ผ่านสมาร์ทโฟนอยู่ในระดับปานกลางดังนั้น อาจารย์ในสถาบันควรมีการสอดแทรกกระบวนการจัดการความรู้ในรูปแบบต่างๆ หรือนบูรณาการเข้ากับการเรียนการสอนตามความเหมาะสมให้กับกับนิสิตพยาบาล เพื่อเป็นการส่งเสริมและพัฒนาความรู้สึกที่ดีต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ผ่าน การศึกษาของ อัมภา พลอยโสภณ และ มฤษฎี แก้วจินดา (2559) เรื่องการปรึกษาแบบกลุ่มตามแนวคิดเหตุผล อารมณ์ และพฤติกรรมโดยใช้ดนตรีเป็นสื่อเพื่อพัฒนาความฉลาดทางอารมณ์และทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการให้คำปรึกษาแบบกลุ่มพบว่า การให้คำปรึกษาแบบกลุ่มสามารถพัฒนาความฉลาดทางอารมณ์ให้แก่กลุ่มตัวอย่างได้ และประการสุดท้าย คะแนนเฉลี่ยด้านพฤติกรรม เท่ากับ 3.16 (S.D.= 0.98) เมื่อแปลผลอยู่ในระดับปานกลางสอดคล้องกับ ศักติกร สุวรรณเจริญ และ คณะ (2562) เรื่องพฤติกรรมและผลกระทบจากการใช้สมาร์ทโฟนของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย จังหวัดนนทบุรี มีพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนอยู่ในระดับปานกลางถึงมาก ร้อยละ 98.60 จึงพอสรุปได้ว่าพฤติกรรม คือ การแสดงออก หรือการโต้ตอบต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

โดยผ่านการรับรู้ การเรียนรู้ และการคิด ซึ่งแสดงออกได้ทั้งภายในและภายนอก โดยพฤติกรรมนั้นจะถูกควบคุมด้วยทัศนคติส่วนบุคคล เพื่อให้เป็นการพัฒนาพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ ซึ่งอาจารย์สามารถจัดกิจกรรมให้ความรู้ อย่างหลากหลายดังเช่น การศึกษาของ ชมพูนุท เมฆเมืองทอง และ นิรุต ถึงนาค (2560) เรื่องการพัฒนาโปรแกรมทางพฤติกรรมศาสตร์ร่วมกับวรรณกรรมบำบัดเพื่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตอย่างมีวิจารณญาณของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม พบว่า คะแนนเฉลี่ยพฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตอย่างมีวิจารณญาณของนักศึกษาหลังได้รับโปรแกรมทางพฤติกรรมศาสตร์ร่วมกับวรรณกรรมบำบัด สูงกว่าก่อนได้รับโปรแกรมทางพฤติกรรมศาสตร์ร่วมกับวรรณกรรมบำบัดอย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .01$)

จากการทำสนทนากลุ่ม (Focus group) ด้วยการกำหนดประเด็นคำถามจำนวน 4 ข้อ กลุ่มตัวอย่างร่วมกันให้ข้อมูล และสรุปผลการอภิปรายได้ดังนี้

ข้อ 1 นิสิตคิดว่า สื่อโซเชียลมีความสำคัญกับการใช้ชีวิตประจำวัน โดยให้เหตุผลหลักอยู่ 6 ประเด็นคือ 1) ต้องใช้ในการติดต่อสื่อสาร 2) ต้องใช้ในการศึกษาเล่าเรียน 3) ต้องใช้ในการติดตามข่าวสาร 4) ต้องใช้ในการสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีต่อกัน 5) สื่อโซเชียลมีกลไกในการกำหนดประเด็นสำคัญในการใช้ชีวิตประจำวัน และ 6) สื่อโซเชียลมีเป็นตัวช่วยในการตัดสินใจ สอดคล้องกับการศึกษาของ ธัญธัช วิภัติภูมิประเทศ (2559) เรื่องพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนในชั้นเรียนของนิสิตมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตศึกษาในกลุ่มนิสิต จำนวน 323 คน พบว่านิสิตส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนในการหาข้อมูลและติดต่อสื่อสาร และการศึกษาของ ณัฐพงษ์ คล่องเชิงสาน (2562) เรื่องการศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตมหาวิทยาลัยบูรพา บางแสน ชลบุรี: กรณีศึกษาเฟซบุ๊ก ศึกษาในกลุ่มนักศึกษา จำนวน 395 คน พบว่าส่วนใหญ่ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ เพื่อพูดคุยผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ และใช้ด้านการติดต่อสื่อสารเป็นหลัก

ข้อ 2 นิสิตคิดว่าสื่อโซเชียลมีโทษต่อผู้ใช้ สรุปได้ 6 ประเด็น คือ 1) ด้านร่างกาย 2) ด้านสุขภาพจิต 3) ด้านการเรียน 4) ด้านสัมพันธ์ภาพ 5) ด้านพฤติกรรม และ

6) ด้านกฎหมาย กลุ่มตัวอย่างคิดว่าสื่อโซเชียลมีโทษหลายประการหากผู้ใช้ไม่ถูกวิธี เช่น โทษด้านร่างกายทำให้เสียสายตา ปักหมุดไม่เพียงพอ โทษด้านสุขภาพจิต ทำให้เชื่อและวิตกกังวลในข่าวที่ไม่เป็นความจริง บางรายเล่นจนติดแล้วเครียดเพราะหยุดเล่นไม่ได้ ด้านการเรียน เกิดจากการใช้โทรศัพท์จนเพลิน ทำให้ไม่อ่านหนังสือ บางรายสนใจการเรียนลดลง ด้านพฤติกรรม ที่เกิดการลอกเลียนแบบ เช่น การใช้ความรุนแรง สอดคล้องกับการศึกษาของ เมธาวิ จำเนียร และ กรกฎ จำเนียร (2561) เรื่อง ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมของนักเรียน จังหวัดนครศรีธรรมราชในการใช้สื่อออนไลน์ในการเรียน ที่กลุ่มตัวอย่างใช้เวลาในการเสพสื่อออนไลน์เกินเวลา จนส่งผลเสียต่อการเรียน และสัมพันธ์กับพฤติกรรมก้าวร้าวซึ่งมีผลมาจากการเสพติดสื่อออนไลน์มากเกินไป และสอดคล้องกับการศึกษาของ พรพรรณ จันทร์แดง (2559) เรื่อง พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยพะเยา พบว่างานวิจัยมีความสอดคล้องเกี่ยวกับปัญหาด้านสุขภาพที่การใช้สื่อออนไลน์นานๆ จะทำให้มีปัญหาทางสายตา ตาพร่ามัว

ข้อ 3 วัตถุประสงค์ของการใช้สื่อโซเชียลของนิสิตมี 4 ประเด็น คือ 1) เรื่องการเรียน 2) เรื่องการผ่านคลายความเครียด 3) เรื่องการสื่อสาร และ 4) เรื่องการขายของออนไลน์ สอดคล้องกับการศึกษาของ เมธาวิ จำเนียร และ กรกฎ จำเนียร (2561) เรื่อง ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมของนักเรียน จังหวัดนครศรีธรรมราชในการใช้สื่อออนไลน์ในการเรียน โดยกลุ่มตัวอย่างให้เหตุผลของวัตถุประสงค์การใช้สื่อออนไลน์หรือโซเชียล ว่าเป็นแหล่งในการศึกษาเล่าเรียน ใช้เพื่อผ่อนคลายสมองหลังการเรียน และค้นคว้าข้อมูลรวมทั้งการศึกษาของ พรพรรณ จันทร์แดง (2559) เรื่อง พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยพะเยา พบว่ามีวัตถุประสงค์เพื่อความสนุกสนาน เพลิดเพลิน และการศึกษาของ จุฑารัตน์ ศราวณะวงศ์, ขจร ฝ่ายเทศ, ดวงแก้ว เงินพูนทรัพย์ และ วัลลภา จันทร์ดี (2560) เรื่องพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ พบว่า วัตถุประสงค์ของการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อทำงานกลุ่ม ติดต่อสื่อสารกับเพื่อน/อาจารย์ และเพื่อความบันเทิง ดูหนังและฟังเพลง

ข้อ 4 การใช้สื่อโซเชียลที่ถูกต้องเหมาะสมควรประกอบด้วย 3 ประเด็น คือ 1) การใช้สติ และวิจารณญาณ 2) การจัดสรรเวลา และ 3) การใช้ภาษา สอดคล้องกับการศึกษาของ ภัททิรา กลิ่นเลขา (2561) เรื่องผลกระทบจากการใช้สื่อโซเชียลมีเดียของนักศึกษามหาวิทยาลัยหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผลการสอบถามกลุ่มตัวอย่างอธิบายว่า เราต้องรู้เท่าทันภัยอันตรายที่เกิดขึ้นในสื่อโซเชียล และการศึกษาของ กมลลักษณ์ อินทร์เอก (2560) เรื่องการศึกษาพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียของนักเรียน โรงเรียนลาดทิพรสพิทยาคม อำเภอตาคลี จังหวัดนครสวรรค์ ศึกษาในนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและตอนปลาย จำนวน 121 คน พบว่าแนวทางการแก้ไขปัญหา ควรเน้นเรื่องการใช้ภาษาในการโพสต์ ควรจะโพสต์ในสิ่งที่ประโยชน์ ให้กำลังใจผู้อื่น

แนวทางในการส่งเสริมพฤติกรรมในการใช้สมาร์ทโฟนที่ถูกต้อง ควรปฏิบัติดังนี้

1. ผู้ใช้สมาร์ทโฟนต้องมีสติ มีวิจารณญาณในการแยกแยะข้อมูล ซึ่งกลุ่มตัวอย่างกล่าวว่า “เราต้องรู้จักวิเคราะห์ เสพข่าวอย่างเหมาะสมเป็นเวลา” “แยกแยะอะไรดีไม่ดีให้ได้ว่าใช้เพื่อเป็นประโยชน์ในการเรียน” “รู้จักแยกแยะข้อเท็จจริงของสื่อ แบ่งเวลาเล่นได้โดยไม่เสียการเรียน ไม่เป็นนักเลงคีย์บอร์ด แทรกอย่างมีมารยาทและควรตรวจสอบว่าเป็นความจริงหรือไม่ ก่อนแชร์ ไม่สร้างความเดือดร้อนให้ผู้อื่น” “ต้องแยกแยะโลกบนออนไลน์ กับความเป็นจริงได้” “ไม่ลุ่มหลงกับโซเชียลมากเกินไป เสพสื่ออย่างมีวิจารณญาณ” สอดคล้องกับการศึกษาของ ภัททิรา กลิ่นเลขา (2561) เรื่องผลกระทบจากการใช้สื่อโซเชียลมีเดียของนักศึกษามหาวิทยาลัยหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผลการสอบถามกลุ่มตัวอย่างอธิบายว่า เราต้องรู้เท่าทันภัยอันตรายที่เกิดขึ้นในสื่อโซเชียล

2. จัดสรรเวลาในการใช้สมาร์ทโฟนให้เป็น ไม่ให้กระทบกับการเรียน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างกล่าวว่า “ควรมีเวลาพักและเล่นเป็นเวลา หาความรู้มากกว่าเล่นสนุก” “ใช้ให้ถูกที่ถูกเวลา และถูกกาลเทศะ” “ใช้อย่างพอเหมาะพอควร จำกัดเวลา จำกัดสถานที่ เสพแต่สิ่งดีๆ นำประโยชน์ที่ได้มาใช้” “เล่นในเวลาว่างและไม่เล่นนานจนเกินไป” “แบ่งเวลาใช้บางเวลาไม่เล่นจนติดแล้วทำให้ตัวเองแย่ ใช้แค่ตอนที่จำเป็น หรือเวลาอยากจะทำอย่างอื่นจริงๆ ไม่เอาโซเชียลไปทำลายผู้อื่น”

3. ใช้ภาษาในการติดต่อสื่อสาร เช่น การโพสต์ข้อความ หรือการแสดงความคิดเห็นอย่างเหมาะสม มีกาลเทศะ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างกล่าวว่า “ใช้คำสุภาพ” “ใช้คำพูดหรือประโยคที่เป็นเชิง Positive” “พิมพ์ด้วยถ้อยคำสุภาพให้เกียรติกัน ไม่ใส่ร้ายกัน และสื่อสารให้เข้าใจ จะได้ไม่ตีความผิดพลาด” สอดคล้องกับการศึกษาของ กมลลักษณ์ อินทร์เอก (2560) เรื่องการศึกษาพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียของนักเรียน โรงเรียนลาดทิพรสพิทยาคม อำเภอตาคลี จังหวัดนครสวรรค์ ศึกษาในนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและตอนปลาย พบว่าแนวทางการแก้ไขปัญหา ควรเน้นเรื่องการใช้ภาษาในการโพสต์ ควรจะโพสต์ในสิ่งที่ประโยชน์ ให้กำลังใจผู้อื่น

สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาครั้งนี้ อธิบายได้ว่า นิสิตพยาบาล คณะพยาบาล บุรีรัมย์ มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มีทัศนคติที่อยู่ในระดับปานกลางต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ผ่านสมาร์ทโฟน คะแนนเฉลี่ยทัศนคติสูงสุด คือ ด้านความรู้ต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ผ่านสมาร์ทโฟนซึ่งอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ด้านความรู้สึก และด้านพฤติกรรม แนวทางการส่งเสริมพฤติกรรมในการใช้สมาร์ทโฟนที่ถูกต้องคือ 1) ผู้ใช้สมาร์ทโฟนต้องมีสติ มีวิจารณญาณในการแยกแยะข้อมูล 2) จัดสรรเวลาในการใช้สมาร์ทโฟนไม่ให้กระทบกับการเรียน 3) ใช้ภาษาในการสื่อสารอย่างเหมาะสมในการโพสต์ข้อความ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

นิสิตพยาบาล คณะพยาบาล บุรีรัมย์ มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มีทัศนคติที่อยู่ในระดับปานกลางต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ผ่านสมาร์ทโฟน ดังนั้นเพื่อเป็นการพัฒนานิสิตพยาบาลให้มีทัศนคติให้อยู่ในระดับที่ดีขึ้น โดยอาจารย์ต้องมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมให้ความรู้ต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างเหมาะสม ควรมีการสอดแทรกกระบวนการจัดการความรู้ในรูปแบบต่างๆ หรือบูรณาการเข้ากับการเรียนการสอน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาผลการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตอย่างมีวิจารณญาณ เนื่องจากนิสิตพยาบาลมีคะแนนทัศนคติด้านความรู้ ด้านความรู้สึก และด้านพฤติกรรมอยู่ในระดับปานกลาง สามารถที่พัฒนาให้อยู่ในระดับที่ดีได้
2. ควรศึกษาผลของการจัดการเรียนการสอนแบบบูรณาการเรื่องการใช้สื่อสังคมออนไลน์ผ่านสมาร์ทโฟนเพื่อให้สอดคล้องกับผลการเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา

เอกสารอ้างอิง

- กชกร วงศ์สุทโธ, เกษร ช่างปรุง, จิราธรณ์ ภูแล่นกี, ธัญญารัตน์ ไหว่สงคราม, ศุภลักษณ์ พรหมเมืองขวา และสุรเกียรติ์ พุทธวงศา. (2560). *ทัศนคติของนักศึกษาพยาบาลวิทยาลัยบัณฑิตเอเชียต่อการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านสมาร์ทโฟน* (รายงานการศึกษาวิจัยพยาบาลศาสตรบัณฑิต). วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย, ขอนแก่น.
- กมลลักษณ์ อินทร์เอก. (2560). *การศึกษาพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียของนักเรียน โรงเรียนลาดทิพรสพิทยาคม อำเภอตาคลี จังหวัดนครสวรรค์* (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยนเรศวร, พิษณุโลก.
- จุฑามาศ กิตติศรี, รัชชานา หน่อคา และ คณินิจ เพชรรัตน์. (2560). พฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนและการรับรู้ภาวะสุขภาพของนักศึกษาพยาบาล. *วารสารการพัฒนาสุขภาพชุมชน มหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 5(1), 19-34.
- จุฑารัตน์ ศราวณะวงศ์, ขจร ฝ่ายเทศ, ดวงแก้ว เงินพูนทรัพย์ และ วลลภา จันทดี. (2560). พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนิสิตระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. *วารสารบรรณศาสตร์มศว*, 10(2), 16-31.
- ชมพูนุท เมฆเมืองทอง และ นิรุติ ถึงนาค. (2560). การพัฒนาโปรแกรมทางพฤติกรรมศาสตร์ร่วมกับวรรณกรรมบำบัดเพื่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตอย่างมีวิจารณญาณของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม. *วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้*, 5(1), 69-82.
- ณัฐพงษ์ คล่องเชิงสาน. (2562). *การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตมหาวิทยาลัยบูรพาบางแสน ชลบุรี: กรณีศึกษาเฟซบุ๊ก* (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.
- ธัญธัช วิกิตภูมิประเทศ. (2559). พฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนในชั้นเรียนของนักศึกษามหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. *วารสารสุทธิปริทัศน์*, 30(95), 48-58.
- พรพรรณ จันทร์แดง. (2559). พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยพะเยา. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยพะเยา*, 4(2), 44-54.
- พรณพิลาศ กุลดิลก. (2560). การขับเคลื่อนสังคมผ่านสื่อใหม่ในยุคโลกาภิวัตน์. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 25(49), 59-77.
- พาสณา จุลรัตน์. (2561). การจัดการเรียนรู้สำหรับผู้เรียนในยุค Thailand 4.0. *Veridian E-Journal, Silpakorn University University (Humanities, Social Sciences and arts)*, 11(2), 2363-2380.
- เพ็ญพณ พวงแพ. (2559). การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media) ของนักศึกษาวิชาชีพอคยู คณะศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยศิลปากร. *Veridian E-Journal, Silpakorn University University (Humanities, Social Sciences and arts)*, 9(2), 946-956.
- ภัทริกา กลิ่นเลขา. (2561). ผลกระทบจากการใช้โซเชียลมีเดียของนักศึกษามหาวิทยาลัยหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. ใน *มหาวิทยาลัยหาดใหญ่, เอกสารประกอบการประชุมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 9 “พลวัตการศึกษายุคเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล”*. สงขลา: มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- เมธาวี จำเนียร และ กรกฎ จำเนียร. (2561). ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมของนักเรียน จังหวัดนครศรีธรรมราชในการใช้อินเทอร์เน็ตในการเรียน. *วารสารบัณฑิตมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์*, 12(2), 188-195.

- วรรณกุล เชื้อมงคล, ธีรวิทย์ อินทิตานนท์ และ จตุพร หวังเสต. (2562). ผลของการใช้สมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตต่อสุขภาพและผลการเรียนของนิสิตเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. *ศรีนครินทร์เวชสาร*, 34(1), 90-98.
- ศักดิ์กร สุวรรณเจริญ, สุพัตรา ธรรมาอินทร์, สุวัฒนา เกิดม่วง, อังคริสา พินิจจันทร์ และ พรเลิศ ชุ่มชัย. (2562). พฤติกรรมและผลกระทบจากการใช้สมาร์ทโฟนของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย จังหวัดนนทบุรี. *วารสารพยาบาลกระทรวงสาธารณสุข*, 29(6), 107-117.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานกฤษฎีกา. (2559). แผนฯ 12 ฉบับประชาชนนวัตกรรมคือหัวใจของการพัฒนา. สืบค้นจาก http://www.nesdb.go.th/ewt_dl_link.php?nid=8309&filename=index
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2559). แนวโน้มคนไทยใช้สมาร์ทโฟนมากขึ้น. สืบค้นจาก <http://www.nso.go.th/sites/2014/Pages/ActivityNSO/A24-05-60.aspx>
- ลิทธา ลิขิตบุญกุล. (2559). ใช้สมาร์ทโฟนแบบสมาร์ทๆ ปรากฏจากโรค. สืบค้นจาก <https://www.thairath.co.th/content/816997>
- เสาวภาคย์ แหลมเพ็ชร. (2559). พฤติกรรมและผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดนนทบุรี. *สุทธิปริทัศน์*, 30(93), 116-130.
- โสมฉาย บุญญานันต์. (2560). การนำเครือข่ายทางสังคมออนไลน์มาใช้ในการสนับสนุนการจัดการเรียนรู้ศิลปะสำหรับผู้เรียนในยุคการศึกษา 4.0. *วารสารครุศาสตร์*, 45(3), 221-232.
- อัษฎา พลอยโสภณ และ มฤษฎ์ แก้วจินดา. (2559). การปรึกษาแบบกลุ่มตามแนวคิดเหตุผล อารมณ์ และพฤติกรรมโดยใช้ดนตรีเป็นสื่อเพื่อพัฒนาความฉลาดทางอารมณ์และทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของวัยรุ่น ในกรุงเทพมหานคร. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์*, 10(1), 116-127.
- Krejcie, R. V. and Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610.

การศึกษาเรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์ในพื้นที่จังหวัดเลยกับบทบาทการสื่อความหมาย ทางวัฒนธรรม และการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ

A Study of Sacred Narratives in Loei Province Regarding the Roles of Cultural Interpretation and Natural Management

พยุ่งพร ศรีจันทร์พงษ์¹

Payungpon Srichanthawong¹

Corresponding Author's Email: Phayung16@gmail.com¹

(Received: June 21, 2022; Revised: September 5, 2022; Accepted: October 20, 2022)

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องการศึกษาเรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์ในพื้นที่จังหวัดเลยกับบทบาทการสื่อความหมายทางวัฒนธรรม และการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อวิเคราะห์บทบาทการสื่อความหมายทางวัฒนธรรมของเรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์ และ 2) เพื่อวิเคราะห์เรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์กับบทบาทจัดการทรัพยากรธรรมชาติ เก็บรวบรวมข้อมูลเอกสาร และข้อมูลภาคสนามในพื้นที่จังหวัดเลย 5 อำเภอ ที่มีพื้นที่ติดกับชายแดนไทย-ลาว ได้แก่ อำเภอนาแห้ว อำเภอด่านซ้าย อำเภอเชียงคาน อำเภอท่าลี่ และอำเภอปากชม สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ ผู้นำชุมชน พระสงฆ์ ผู้นำพิธีกรรม ชาวบ้าน และผู้สูงอายุ อำเภอละ 10 คน รวม 50 คน วิเคราะห์และตีความข้อมูลโดยใช้แนวคิดทฤษฎีตำนานและเรื่องเล่า (Myth and narrative) แนวคิดสัญลักษณ์และการสื่อความหมายทางวัฒนธรรม (Symbol and Interpretation) และแนวคิดภูมิปัญญาการจัดการทรัพยากร

ผลการวิจัยพบว่าเรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์ในท้องถิ่นจังหวัดเลย มีบทบาทด้านการสื่อความหมายทางวัฒนธรรม 6 ด้าน คือ 1) สื่อความหมายมิตินิยมความอุดมสมบูรณ์ ผ่านชื่อของพระพุทธรูป ประเพณีศักดิ์สิทธิ์ ผ่านปาง (อิริยาบถ) ของพระพุทธรูป วัตถุในพิธีกรรม และผ่านพิธีกรรมสงฆ์นำพระพุทธรูปและจุดบั้งไฟ 2) สื่อความหมายด้านสังคมและวัฒนธรรมล้านช้างดั้งเดิม ผ่านพิธีกรรมเลี้ยงช้างเจ้าเมืองวัง 3) สื่อความหมายด้านศาสนาพุทธและศาสนาดั้งเดิมในลักษณะขัดแย้งและปรับปรนซึ่งกันและกัน 4) สื่อความหมายด้านรัฐชาติหลังจากแม่น้ำโขง และแม่น้ำเหืองเป็นเส้นแบ่งเขตแดนไทย-ลาว ในรูปแบบการช่วงชิงพื้นที่ทรัพยากรผ่านประเพณีสงกรานต์เพื่อสืบสานความสัมพันธ์ทางชาติพันธุ์ อำนาจรัฐกับความสัมพันธ์เจ้าพ่อปากเหือง พระเจ้าตนหลวง พระเสด็จ และการสถาปนาเมืองเชียงคานองค์ใหม่ 5) สื่อความหมายด้านความสัมพันธ์ทางชาติพันธุ์ไทย-ลาว และ 6) สื่อความหมายด้านเพศภาวะในลักษณะการถูกกีดกันเพศหญิงให้กลายเป็นชายขอบในพุทธศาสนา เพศหญิงเป็นสัญลักษณ์ความอุดมสมบูรณ์ และความสัมพันธ์ของเพศชายและหญิง

เรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์มีบทบาทในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่จังหวัดเลย จำแนกได้ 4 ด้านคือ 1) เรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์เป็นภูมิปัญญาในการปรับตัวของคนกับคน คนกับธรรมชาติ และคนกับสิ่งแวดล้อมธรรมชาติ 2) เรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์เป็นภูมิปัญญาในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติของชุมชน มีบทบาท 3 ด้าน คือ (1) บทบาทในการสร้างพื้นที่กายภาพ พื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ และพื้นที่ทางสังคม (2) บทบาทในการจัดระเบียบทางสังคมของคนในชุมชนกับการใช้ และรักษาสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ และ (3) บทบาทในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติในชุมชน 3) เรื่องเล่าและพิธีกรรมศักดิ์สิทธิ์ใช้ต่อรองเชิงอำนาจเพื่อความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติในชุมชน ซึ่งมีการต่อรองด้วยศาสนาและอาหาร ต่อด้วยวัตถุสิ่งของ และต่อรองด้วยพฤติกรรมและเหตุการณ์เพื่อสร้างความพึงพอใจต่อสิ่งแวดล้อมธรรมชาติและนำมาซึ่งความอุดมสมบูรณ์ 4) เรื่องเล่าและพิธีกรรมศักดิ์สิทธิ์มีบทบาทในการต่อสู้ และต่อรองกับอำนาจรัฐเพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติป่า และน้ำ จำแนกได้ 3 กรณีศึกษา ได้แก่ (1) การอนุรักษ์ป่าภูสวนทราย บ้านแสงภา อำเภอนาแห้ว จังหวัดเลย (2) การอนุรักษ์ป่าชุมชนภูเตาโป่ง บ้านป่งกุ่ม อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย และ (3) การอนุรักษ์แหล่งน้ำและพันธุ์ปลาแม่น้ำโขง

¹ อาจารย์ประจำหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

¹ Lecturer, Master of Arts Program in Thai, Faculty of Humanities and Social Sciences, Loei Rajabhat University

เรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์ที่เชื่อมโยงเกี่ยวกับทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่จังหวัดเลย ถือเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นในการปรับตัวของคนกับคน คนกับธรรมชาติ และคนกับสิ่งเหนือธรรมชาติ ทำหน้าที่สื่อความหมายทางวัฒนธรรม และมีบทบาทต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติทั้งทางตรงและทางอ้อม ชุมชน สังคม และองค์กรที่เกี่ยวข้อง ควรอนุรักษ์ และนำมาปรับใช้ต่อการพัฒนาและสร้างคุณค่าต่อไป

คำสำคัญ: เรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์ การสื่อความหมายทางวัฒนธรรม การจัดการทรัพยากรธรรมชาติ จังหวัดเลย

Abstract

The objectives of the research entitled a study of sacred narratives in Loei Province regarding the roles of cultural interpretation and natural management were: 1) to analyze the role of cultural interpretation of sacred narratives; and 2) to analyze sacred narratives and the role of natural resource management by collecting data from document data and field study data in 5 districts of Loei Province along the Thai-Laos border, namely Na Haeo District, Dan Sai District, Chiang Khan District, Tha Li District, and Pak Chom District, and interviewing the informants, including community leaders, monks, ritual leaders, villagers, and the elderly from each district, 10 informants per district with the total number of 50 informants. The obtained data was analyzed and interpreted using myth and narrative theory, symbol and interpretation, and the concept of resource management wisdom. The results of the research were as follows.

Local sacred narratives in Loei Province had 6 aspects of cultural interpretation roles, namely: 1) communicating the fertility dimension through the names of Buddha images and sacred traditions through the postures of the Buddha image, ritual objects, and the water sprinkle ritual for Buddha images and lighting fireballs; 2) interpreting social and cultural meanings of the original Lan Xang through the ritual of Liang Hing Chao Mueang Wang; 3) interpreting Buddhism and original religious meaning by contrasting and transforming with each other; 4) Interpreting the meaning of the nation state after the Mekong River and the Hueang River became the bordering lined between Thailand and Laos regarding forms of fighting for natural resources through Songkran tradition and the fighting for resources to inherit the ethnic relation, government power and the relationship with Chao Pak Hueang, Phra Chao Ton Luang, and Pra Siang; 5) interpreting the meaning in terms of the relationship between Thai and Lao ethnography; and 6) interpreting the meaning in terms of gender roles which were not allowed to change the gender from female to male in Buddhism, female as a symbol of fertility, and the relationship between male and female.

Sacred narratives had roles in natural resource management and could be classified into 4 aspects as follows: 1) sacred narratives and wisdom in adapting people to the environment; 2) sacred narratives and wisdom in community natural resource conservation, classified into 3 issues: (1) the role of physical space creation, sacred space, and social space; (2) the role of social organization management of people in community and the use and the conservation of nature; and (3) the role of natural resource conservation in the community; 3) sacred narratives as the power of negotiation for the abundance of natural resources in forms of religion and food, and object-based negotiations, and the negotiation through behaviors and situations to satisfy the supernatural things in order to receive fertility; 4) Sacred narratives and rituals had roles in fighting and negotiating with government power for the conservation of natural resources, forests, and water, which can be classified into 3 case studies: (1) conservation of Phu Suan Sai Forest and Ban Saeng Pha in Na Haeo District, Loei Province; (2) conservation of community forests called Phu Tao Pong, Ban Boong Koom in Dan Sai District, Loei Province; and (3) conservation of water resources and Mekong fish species.

Sacred narratives linked to natural resources in Loei Province are considered a local wisdom in adapting human to human, human to nature, and human to supernatural things with roles of duty to convey cultural meaning and play a role in conserving natural resources, both directly and indirectly in which communities, society, and related organizations should preserve and used for further development and value creation.

Keywords: sacred narratives, cultural interpretation, natural management, Loei province

ความเป็นมาของปัญหา

จังหวัดเลยมีลักษณะภูมิประเทศโดยทั่วไปเป็นภูเขา สลับซับซ้อน ผู้คนที่มาตั้งถิ่นฐานนั้นเชื่อว่าเป็นกลุ่มชนที่อพยพมาจากฝั่งซ้ายของแม่น้ำโขง ด้วยสภาพภูมิประเทศส่งผลให้วิถีชีวิตของผู้คนประกอบอาชีพการเกษตรซึ่งอาศัยแหล่งน้ำธรรมชาติและอาศัยผืนป่าเป็นแหล่งอาหาร ประกอบกับมีความเชื่อดั้งเดิมตามบรรพบุรุษลาวล้านช้างหลวงพระบาง จึงมีการปรับตัวต่อสิ่งแวดล้อม ตลอดจนมีทัศนคติต่อสิ่งเหนือธรรมชาติที่เป็นแม่น้ำและภูเขาว่าเป็นที่สิงสถิตของสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ผู้ปกป้องผืนป่าซึ่งเป็นแหล่งต้นน้ำของชุมชนก่อเกิดสำนึกร่วมในการอยู่ร่วมกันของผู้คนผ่านสัญลักษณ์ตำนาน พิธีกรรม และเรื่องเล่าภายในพื้นที่วัฒนธรรมเดียวกัน ดังคำกล่าวที่ว่า “ความสัมพันธ์ของมนุษย์กับอำนาจเหนือธรรมชาติ โดยมีสัญลักษณ์เป็นศูนย์กลางของจักรวาลของผู้คนในท้องถิ่นจะเชื่อมโยงและเกาะเกี่ยวให้คนในท้องถิ่นต่างชุมชน และต่างเผ่าพันธุ์อยู่ร่วมกันในบ้านเมืองเดียวกันอย่างราบรื่น นอกจากระบบสัญลักษณ์ที่เป็นจักรวาลของท้องถิ่นแล้ว ยังแฝงไว้ด้วยการมีอำนาจเหนือผู้คน ที่ดิน ที่น้ำ สภาพแวดล้อมของทรัพยากรต่างๆ ของท้องถิ่น ด้วยอำนาจเหนือธรรมชาติเหล่านี้ ทำให้เกิดจารีตประเพณี พิธีกรรมและรูปแบบเชิงสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ทำให้คนร่วมท้องถิ่นเดียวกันต้องเชื่อต้องฟังต้องปฏิบัติ” (ศรีศักร วัลลิโภดม, 2555)

จากการปรับตัวของคนต่อสิ่งแวดล้อม จึงก่อเกิดวัฒนธรรมประเพณี พิธีกรรม ตำนาน และเรื่องเล่าที่แสดงถึงความสัมพันธ์ในภูมิวัฒนธรรม ด้วยเชื่อว่าเมื่อไปเลี้ยงผีที่ภูเขาศักดิ์สิทธิ์แล้วฝนจะตกต้องตามฤดูกาล มีอาหารอุดมสมบูรณ์ และผีป่าไม่มารุกไล่พื้นที่ของหมู่บ้าน ทำให้ผู้คนในหมู่บ้านร่มเย็นเป็นสุข

ผลการเก็บข้อมูลภาคสนามในพื้นที่วิจัยพบว่าการสืบทอดเรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์นั้น ในอดีตนิยมเล่าถ่ายทอดในครอบครัว ผ่านผู้อาวุโส พ่อแม่ เพราะยังมีลักษณะของสังคม

เกษตรกรรมแบบดั้งเดิม แต่ในปัจจุบันนี้ สถาบันครอบครัวได้รับผลกระทบจากกระแสการพัฒนาจากภายนอก ส่งผลให้โครงสร้าง และความสัมพันธ์ของครอบครัวเปลี่ยนไปเพราะวิถีชีวิตต้องผูกพันกับการทำมาหากิน เยาวชนก็ให้เวลากับสื่อสมัยใหม่มากกว่าการนั่งฟังเรื่องเล่าจากผู้อาวุโส ส่งผลให้เรื่องเล่าที่มีคุณค่าเหล่านั้นไม่ได้รับการสืบทอด ผู้เข้าร่วมพิธีกรรมสำคัญเกี่ยวกับเรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์ก็เหลือเพียงผู้อาวุโส ผู้วิจัยและชุมชนเกรงว่าเรื่องเล่าเหล่านั้นกำลังจะหายไปจากวิถีของชุมชน และสถานภาพของการศึกษาเรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์ในจังหวัดเลย ยังไม่ได้รับการรวบรวมและสร้างคุณค่าความหมาย อย่างจริงจังเพื่อนำไปสู่การสร้างสำนึกต่อการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่น

ดังนั้นผู้วิจัยเห็นว่าเรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์ซึ่งเป็นเรื่องเล่าเกี่ยวกับตำนาน นิทาน และพิธีกรรม ถือเป็นสัญลักษณ์ที่บรรพบุรุษต้องการที่จะสื่อสารมายังชนรุ่นหลัง ดังที่ปฐมพงษ์สุวรรณ (2550) ได้กล่าวว่า การศึกษาด้านานจะสามารถนำไปสู่การศึกษาความหมาย หรือนัยที่ซ่อนเร้นอยู่ในเรื่องเล่า ไม่ว่าจะเป็นสัญลักษณ์ของตำนาน หรือพิธีกรรม ตำนานจึงถือเป็นระบบการสื่อสารแบบหนึ่งที่สามารถทำให้เราเข้าใจหรือมองเห็นมิติวัฒนธรรมของมนุษย์ในแต่ละกลุ่มชนและสังคมได้

เรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์ในฐานะที่เป็นข้อมูลทางคติชนประเภทหนึ่ง จึงเป็นข้อมูลที่มีคุณค่า ถือเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ สมควรอย่างยิ่งที่จะได้รวบรวมเพื่อวิเคราะห์คุณค่า บทบาท และการสื่อความหมายทางด้านวัฒนธรรมและด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ คาดว่างานวิจัยนี้จะได้อะไรเรื่องเล่าที่เชื่อมโยงกับทรัพยากรธรรมชาติ ผ่านการวิเคราะห์ตามแนวคิดทฤษฎีทางคติชนวิทยา และเป็นการสร้างองค์ความรู้ใหม่ทำให้เห็นคุณค่าของภูมิปัญญาที่บรรพชนส่งต่อมาถึงลูกหลานในยุคปัจจุบัน และองค์ความรู้ใหม่นี้จะเป็นฐานข้อมูลไปสู่การจัดการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติของจังหวัดเลยต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์บทบาทการสื่อความหมายทางวัฒนธรรมของเรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์
2. เพื่อวิเคราะห์เรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์กับบทบาทจัดการทรัพยากรธรรมชาติ

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ มีวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ศึกษาสำรวจและเก็บรวบรวมเรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์เกี่ยวกับบุคคล สถานที่ ที่เชื่อมโยงกับป่าไม้ แม่น้ำ ภูเขา ข้อมูลประเพณี ความเชื่อ พิธีกรรม ทั้งข้อมูลเอกสาร และข้อมูลภาคสนามในพื้นที่จังหวัดเลย 5 อำเภอ ได้แก่ อำเภอนาแห้ว อำเภอด่านซ้าย อำเภอท่าลี่ อำเภอเชียงคาน และอำเภอปากชม โดยการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ ผู้นำชุมชน พระสงฆ์ ผู้นำพิธีกรรม ชาวบ้าน ผู้สูงอายุ อำเภอละ 10 คน รวม 50 คน และการสนทนากลุ่ม ใช้เครื่องมือเก็บข้อมูลภาคสนาม ได้แก่ แบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้างแบบสนทนากลุ่ม เข้าร่วมและสังเกตพิธีกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ โดยใช้แบบสังเกต วัสดุอุปกรณ์ในการเก็บข้อมูล ได้แก่ เทปบันทึกเสียง กล้องถ่ายภาพและวิดีโอ สมุดบันทึก เป็นต้น

2. ถอดเทปการสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่มแล้วสังเคราะห์สรุปเป็นเรื่องเล่าสำนวนต่างๆ จากนั้นก็จำแนกประเภท โดยใช้แนวคิดอนุภาคและแบบเรื่องทางคติชนวิทยา

3. วิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์โดยใช้แนวคิดทฤษฎีคติชนวิทยา ของศิริพร ณ ถลาง (2552) แนวคิดเรื่องเล่า ของกาญจนา แก้วเทพ (2553) แนวคิดการสื่อความหมายทางวัฒนธรรมของคลิฟฟอร์ด เกียร์ส (อคินรพีพัฒน์, 2551) และภูมิปัญญาการจัดการทรัพยากรของสังฐิตา กาญจนพันธุ์ (2554) เป็นเอกสารหลักในการวิเคราะห์ข้อมูล

4. นำเสนอผลการวิเคราะห์ และตรวจสอบความรู้โดยผู้ทรงคุณวุฒิทางคติชนวิทยา และเสนอผลการวิจัยแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive analysis)

ผลการวิจัย

1. เรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์ในท้องถิ่นจังหวัดเลย กับบทบาทด้านการสื่อความหมายทางวัฒนธรรม จำแนกเป็น 6 ด้าน ดังนี้

- 1.1 ด้านเรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์กับการสื่อความหมายมิติความอุดมสมบูรณ์ จำแนกได้ 4 ประเด็น คือ 1) การสื่อความหมายความอุดมสมบูรณ์ผ่านชื่อของพระพุทธรูป และประเพณีศักดิ์สิทธิ์ เช่น พระเจ้าองค์แสนหรือพระเจ้าฝนแสนห่า อำเภอหนองบัวลำภู จังหวัดเลย ชุมชนเชื่อว่าพระเจ้าองค์แสนนั้นเมื่อสถิตอยู่ที่ใดจะทำให้ฝนฟ้าตกต้องตามฤดูกาล ส่วนชื่อของประเพณีศักดิ์สิทธิ์ และมีความหมายถึงความอุดมสมบูรณ์คือ ประเพณีผิชนน้ำ เดิมเรียกว่า ผิชน ในระยะหลังจะมีฝนตกทุกครั้งในวันจัดงาน ดังนั้นจึงเรียกว่าผิชนน้ำ 2) มิติการสื่อความหมายผ่านปางหรืออริยาบถของพระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์ เช่น หลวงปู่าคมจุลินทร์ วัดศิริมงคล บ้านอาฮี อำเภอท่าลี่ จังหวัดเลย เป็นพระพุทธรูปปางนาครค และปางนาครคปางนั้นสื่อความหมายถึงความอุดมสมบูรณ์ 3) มิติการสื่อความหมายผ่านวัตถุในพิธีกรรม ได้แก่ อาหาร ผลไม้ เช่น พิธีทำบุญภูเขา หากเลี้ยงด้วยผลไม้หลากหลายชนิด ชุมชนเชื่อว่าเป็นนาครคหมายถึงความอุดมสมบูรณ์ ส่วนวัตถุสำคัญ ในพิธีกรรม ได้แก่ บักแบ้น (อวัยวะเพศชาย) ดอกบัว (อวัยวะเพศหญิง) นาคขี้ผึ้ง สื่อความหมายถึงความอุดมสมบูรณ์เช่นกัน และวัตถุอีกกลุ่มหนึ่งคือ เสาค้ำฟ้าและอุปกรณ์ในพิธีเลี้ยงไหเหล้า เช่น จอบ เสียม เมล็ดฝ้าย มีความหมายว่าเสาค้ำฟ้าทำหน้าที่กั้นฟ้าและดิน เป็นสัญลักษณ์ที่สื่อความหมายว่าฟ้าและดินนั้นแยกจากกัน ส่วนจอบ เสียม เมล็ดฝ้าย ก็เป็นวัตถุทางการเกษตรและมีความหมายถึงความอุดมสมบูรณ์ 4) มิติการสื่อความหมายผ่านพิธีกรรม ได้แก่ พิธีสงฆ์พระพุทธรูป พิธีจุดบั้งไฟ เพื่อถวายแด่น โดยนัยยะพิธีกรรมดังกล่าวเชื่อมโยงกับฟ้าฝนและความอุดมสมบูรณ์เพื่อสังคมวิถีการเกษตร



ภาพที่ 1 หลักฝน(บักแบ้น)และหุ่นขี้ผึ้งนาค

1.2 สื่อความหมายด้านสังคมและวัฒนธรรม ล้านช้างดั้งเดิม

สังคม และวัฒนธรรมล้านช้าง สะท้อนผ่านพิธี
เลี้ยงหิ้งเจ้าเมืองวัง อำเภอด่านซ้าย จัดขึ้นที่บ้านเจ้าพ่อกวน
ในเดือน 4 จะมีพิธีกรรมสำคัญคือพิธีเลี้ยงไหเหล้า
เปรียบเสมือนพิธีแรกนาขวัญในสังคมไทยปัจจุบัน ในพิธีกรรม
จะมีการจัดแบ่งพื้นที่ตามบทบาท และฐานะของผู้ร่วมพิธี
ซึ่งคล้ายกับพิธีเข้าเฝ้าเจ้ามหาชีวิตลาวยุคล้านช้าง มีอำมาตย์
ข้าราชการบริวาร ประชาชน เจ้าแสนเมือง (ในร่างเจ้าพ่อกวน)
ทำหน้าที่เป็นผู้นำในพิธีเลี้ยงไหเหล้า สื่อนัยยะถึงฮิตคอง
เจ้านายลาวโบราณที่มีต่อประชาชน เช่น การส่งสอน
การแต่งตั้งอำมาตย์ พิธีดื่มน้ำสาบาน การออกไล่สัตว์ในป่า
และเป็นผู้นำพิธีกรรมเพื่อความสมบูรณ์ทางการเกษตร นัยยะ
ทางวัฒนธรรมดังกล่าวสะท้อนฮิตคองเจ้านายโบราณใน
ยุคล้านช้างดั้งเดิม

1.3 เรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์กับบทบาทการสื่อความหมาย ด้านศาสนา

เรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์สื่อนัยยะถึงปฏิสัมพันธ์ของศาสนา
พุทธกับศาสนาดั้งเดิม แสดงถึงความขัดแย้ง และการปรับปรน
เช่น 1) ตำนานนางยักษ์ชิตินิ ภูควายเงิน สื่อนัยยะว่า
เมื่ออำนาจพุทธศาสนาเข้ามา ทำให้อำนาจดั้งเดิม (ความเชื่อ
ผี) พ่ายแพ้แก่อำนาจทางพุทธศาสนา ตำนานกล่าวว่า
นางยักษ์ชิตินิออกกินมนุษย์ เมื่อพระพุทธรูปเจ้าเสด็จมาปราบ
ทำให้นางยักษ์หยุดพฤติกรรมชั่วร้าย และนับถือพุทธศาสนา
นางยักษ์ถูกจับขังในถ้ำผาแป้น และจะออกมาเมื่อสิ้น
พระพุทธรูปหรือสิ้นเสียงตึกทองเพล ก่อนเสด็จกลับ
พระพุทธรูปเจ้าได้ประทับรอยพุทธบาทไว้ที่ภูควายเงิน (เพื่อน
บุตรวิไล, 2564) 2) ตำนานเจ้าปากเหืองและพระเสีง
เป็นตำนานที่แสดงนัยยะการปรับปรนระหว่างโลกทัศน์ดั้งเดิม
และโลกทัศน์ทางพุทธศาสนา เจ้าปากเหืองเปรียบเสมือน
เป็นพ่อ พระเสีงเปรียบเสมือนลูก และส่งผลให้ตำนาน
เจ้าปากเหือง ซึ่งเป็นผีร้ายกลายเป็นผีดีเพราะได้รับอิทธิพล
ของพุทธศาสนา เรื่องเล่าเจ้าปากเหือง และพระเสีงทำหน้าที่
สร้างลัทธิ และอำนาจอันชอบธรรมในการครอบครอง
พระเสีงของชุมชนปากเหือง ตอบโต้อำนาจรัฐชาติไทยที่จะ
เข้ามาครอบครองพระเสีง

1.4 เรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์กับบทบาทการสื่อความหมาย

กับอำนาจรัฐชาติไทย-ลาว จำแนกได้ 3 ประเด็นคือ
1) ประเพณีสงกรานต์กับการช่วงชิงพื้นที่ทรัพยากร (พื้นที่
ภูปู่ล้าน) ผู้คนในชุมชนไทย-ลาว แถบบ้านหนองผือ อำเภอก
ทาลี ในอดีตมีความสัมพันธ์ทางชาติพันธุ์กับผู้คน
เมืองแก่นท้าว สปป.ลาว มีความเชื่อ และพิธีกรรมเกี่ยวกับ
ท้าวแก่น (ผีเมือง) ร่วมกันว่าในวันสงกรานต์จะต้องไป
สงวนน้ำพระที่ถ้ำเชียงยืน สงวนพระ และเลี้ยงผีที่ภูปู่ล้าน (สปป.
ลาว) และถ้ำหาดแดง ริมน้ำเหือง แต่ภายหลังจากที่
แม่น้ำเหือง กลายเป็นเส้นพรมแดนทางรัฐชาติ ไทย-ลาว
พิธีกรรมวันสงกรานต์ที่เมืองแก่นท้าว สปป.ลาว จึงกลายเป็น
พื้นที่แห่งการช่วงชิงและต่อรองความหมายระหว่างรัฐลาว
และประชาชน ตลอดจนมีการสร้างพื้นที่ทางสังคมเพื่อต่อรอง
อำนาจทางพุทธศาสนาบนพื้นที่ประเทศไทย กล่าวคือรัฐลาว
มองว่าวันสงกรานต์เป็นวันปีใหม่ ดังนั้นพื้นที่ภูปู่ล้านรัฐลาว
จึงจัดให้มีพิธีเลี้ยงพระในวันขึ้นปีใหม่ ขณะที่ประชาชนเห็นว่า
พื้นที่ภูปู่ล้านเป็นที่ฝังศพของปู่ล้าน (ผีเมือง) จึงมีพิธีกรรม
เลี้ยงผีหลังจากที่เสร็จพิธีกรรมของภาครัฐแล้ว 2) เจ้าพ่อ
ปากเหือง พระเจ้าตนหลวง พระเสีง กับอำนาจรัฐไทย (เมือง
เชียงคาน) ตำนานทั้งสามกับอำนาจรัฐไทยชี้ให้เห็นว่า เมื่อใด
ก็ตามที่รัฐไทยใช้อำนาจเพื่อที่จะครอบครองวัตถุศักดิ์สิทธิ์
ชุมชนปากน้ำเหืองได้ใช้เรื่องเล่าสร้างความชอบธรรมในการ
ครอบครองวัตถุศักดิ์สิทธิ์ของชุมชน ซึ่งในอดีตชุมชนได้อพยพ
มาจากฝั่งซ้ายแม่น้ำโขง จึงได้นำพระเสีง และอัญเชิญ
เจ้าปากเหือง พระเจ้าตนหลวงเข้ามาด้วย ภายหลังจากที่
ชุมชนปากน้ำเหืองกลายเป็นพื้นที่ของรัฐไทย เจ้าเมือง
เชียงคานต้องการที่จะอัญเชิญพระเสีงไปไว้ที่เมืองเชียงคาน
ชุมชนจึงผลิตเรื่องเล่าที่ว่า เจ้าปากเหืองคือผู้นำพระเจ้าตนหลวง
พระเสีงเข้ามาในชุมชนบ้านท่าดีหมี พระเสีงคือลูกของ
เจ้าพ่อปากเหือง เป็นการอ้างสิทธิอันชอบธรรมที่จะปฏิเสธ
ไม่ให้อำนาจรัฐไทยนำพระเสีงไป แม้ว่าเรื่องราวเหล่านี้ไม่ได้บันทึกใน
ประวัติศาสตร์ แต่เป็นเรื่องเล่าที่ชุมชนผลิตซ้ำเพื่อตอกย้ำ
ความเป็นเจ้าของผ่านเรื่องเล่าเจ้าปากเหืองที่พวกเขานับถือ
ตลอดมา 3) เจ้าปิ่นแก้ว ปิ่นคำ กับการสถาปนาผีเมือง
เชียงคานองค์ใหม่ ซึ่งหลังจากแม่น้ำโขงเป็นพรมแดนรัฐ
ชาติไทย-ลาว และกระบวนการสร้างชาติ ส่งผลให้การไปมา
หาสู่ระหว่างผู้คนสองฝั่งโขงเป็นไปด้วยความลำบาก

และสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันแก่ประชาชนที่เคยไปมาหาสู่กัน ทำให้ผู้คนฝั่งเมืองเชียงคานใหม่ (อำเภอเชียงคานปัจจุบัน) ไม่สะดวกที่จะไปไหว้ผีเมืองชะนะคาม (ฝั่งสปป.ลาว) ในขณะเดียวกันทางการลาวได้ห้ามมิให้ผู้คนเลี้ยงผี ดังนั้นเมืองเชียงคานใหม่จึงสถาปนาผีเมืองตนใหม่คือ เจ้าปิ่นคำ และเจ้าปิ่นแก้ว สองพี่น้อง เป็นผู้ปกปักรักษาบ้านเมือง และบันดาลฟ้าฝนให้อุดมสมบูรณ์ การยกเจ้าปิ่นคำ และเจ้าปิ่นแก้วเป็นผีเมืองใหม่นั้นยังสะท้อนให้เห็นว่าคนเชียงคานยังมีสำนึกถึงรากเหง้าในบรรพบุรุษที่มาจากเมืองหลวงพระบาง ดังสะท้อนผ่านตำนานเจ้าคกคำที่ว่า “มีขุนนางผู้ใหญ่เชื้อสายกษัตริย์สองพี่น้อง ชื่อปิ่นคำและปิ่นแก้ว ขนทัพยลีนมาจากหลวงพระบางเพื่อจะไปสร้างพระธาตุพนม พอเดินทางมาถึงคกคำเรือชนโขดหิน แพแตก ทำให้ทัพยลีนจมลงในน้ำ วิญญาณกลายเป็นอารักษ์ เฝ้าสมบัติอยู่คกคำ มีหอโองการยลีนน้ำ” (พรนภา สิงห์หล้า, 2563)



ภาพที่ 2 เลี้ยงผีภูปลำน เมืองแก่นท้าว สปป.ลาว

1.5 เรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์กับบทบาทการสื่อความหมายด้านชาติพันธุ์สัมพันธ์

เรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์หลวงปู่าคมุจลินทร์ วัดศรีมงคล สะท้อนให้เห็นร่องรอยความคิดและความเชื่อถึงศูนย์กลางอำนาจในยุคล้านช้าง ดังตำนานที่ว่า “หลวงปู่าค สร้างมาจากหินที่ลอยทวนน้ำเหืองขึ้นมา เอาหินมาแบ่งครึ่ง หินก้อนใหญ่สร้างหลวงปู่าคสถิตอยู่วัดศรีมงคล ส่วนหินก้อนน้อยสร้างพระบางสถิตอยู่เมืองหลวงพระบาง ในวันพระจะมีแก้วเสด็จไปเยี่ยมยามกัน” (สัญญา สิริ, 2564) จากตำนานชี้ให้เห็น

นัยยะความสัมพันธ์ระหว่างหลวงปู่าคกับพระบาง ซึ่งหมายถึงความสัมพันธ์ระหว่างไทยและลาว

1.6 เรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์กับบทบาทการสื่อความหมายด้านเพศภาวะ

สังคมดั้งเดิมทั้งเพศหญิงและเพศชายมีบทบาทในฐานะการเกี่ยวพันซึ่งกันและกัน ดังสะท้อนผ่านตำนานปู่เยอ ย่าเยอ ปู่สังกะสา ย่าสังกะสี แต่เมื่อสังคมได้รับอิทธิพลทางพุทธศาสนา ส่งผลให้เพศชายมีอำนาจเข้าถึงพุทธศาสนา ในขณะที่เพศหญิงได้ถูกเบียดขับให้กลายเป็นชายขอบ มีบทบาทเป็นเพียงผู้อุปถัมภ์ ตามอุดมการณ์ทางสังคมแบบปิตาธิปไตย ซึ่งสะท้อนผ่านพิธีกรรมบูชาภูอั้งลั้ง อำเภอด่านซ้าย ในพิธีกรรมได้แยกพื้นที่ และบทบาทของเพศหญิง-ชายอย่างชัดเจน ในมิติเรื่องเพศจะพบว่าสัญลักษณ์ของเพศหญิงถูกตีความหมายในแง่ของธรรมชาติ และความอุดมสมบูรณ์ผ่านเรื่องเล่า นางแก้วโยนีหลวง หลักฝนและดอกบัว สัญลักษณ์แห่งธรรมชาติ และความอุดมสมบูรณ์ หากพิจารณาถึงบริบทชายแดนไทย-ลาว ตำนานและเรื่องเล่าได้สะท้อนความสัมพันธ์ของผู้คนผ่านความเป็นเพศหญิง และเพศชายผ่านตำนานท้าวบัวโง และนางบัวฮอง



ภาพที่ 3 พื้นที่ของเพศชาย ในพิธีกรรมบูชาภูอั้งลั้ง

2. เรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์กับบทบาทการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ

เรื่องเล่า และพิธีกรรมศักดิ์สิทธิ์ถือเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น มีบทบาทในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ จำแนกได้ 4 ด้านดังนี้

2.1 เรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์กับภูมิปัญญาในการปรับตัวของคนกับสิ่งแวดล้อม

เรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์เป็นภูมิปัญญาในการปรับตัวของคนกับสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การปรับตัวของคนกับคน คนกับธรรมชาติ และสิ่งเหนือธรรมชาติ ดังเรื่องราวของชาวไทดำบ้านนาป่าหนาดซึ่งอพยพเข้ามาอยู่ในจังหวัดเลยช่วงสมัยรัชกาลที่ 5 ยุคแรกๆ เข้ามาอยู่ในฐานะคนพลัดถิ่น แม้จะมีปฏิสัมพันธ์กับชุมชนอื่นแต่ยังคงรักษาสถิติทางชาติพันธุ์ของตน มีการนับถือเจ้าภูแก้ว และภูผาซึ่งเป็นผีในท้องถิ่น นับถือเจ้าที่แผ่นดินไทยในฐานะพลเมืองรัฐไทย และในขณะเดียวกันยังนับถือเจ้าไทดำ และเจ้าอนุวงศ์ ด้วยเพราะสำนักในรากเหง้าทางชาติพันธุ์ ชาวไทดำได้ใช้ความเชื่อและพิธีกรรมเลี้ยงผีบ้านในการสร้างสำนัก และฝึกความรักความสามัคคี ความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันในพื้นที่และบริบทใหม่

2.2 เรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์กับภูมิปัญญาในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติของชุมชน แบ่งได้ 3 ประเด็นคือ 1) เรื่องเล่ากับการสร้างพื้นที่กายภาพ พื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ และพื้นที่ทางสังคม ตัวอย่างเช่น เรื่องเล่าของเจ้าปากเหืองสร้างพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์บริเวณปากน้ำเหือง ด้วยโลกทัศน์ดั้งเดิม และพุทธศาสนา นำไปสู่การสร้างพื้นที่ทางสังคม ทำให้เกิดพิธีแข่งเรือไทย -ลาวเพื่อถวายเจ้าปากเหืองในวันออกพรรษา 2) เรื่องเล่ากับการจัดระเบียบทางสังคม เช่น เรื่องเล่าเหตุการณ์หลงป่า การยืมสิ่งของในถ้ำไปแล้วไม่ส่งคืนทำให้ถ้ำปิด ข้อห้ามนำสิ่งของออกจากพื้นที่ ดังเรื่องเล่าภูแก้วสร้างความเกรงกลัวทำให้ผู้คนไม่กล้าเอาสมบัติส่วนรวมเป็นสมบัติส่วนตัว ส่วนเรื่องเล่าบ่อเกลือบ้านเหมืองแพร่มีข้อห้ามว่า ห้ามคนในชุมชนทะเลาะเบาะแว้ง เอาเปรียบและแย่งชิงเกลือ เรื่องเล่าดังกล่าวเป็นกุศโลบายให้คนในสังคมรู้จักเสียสละ ไม่แย่งชิงสมบัติส่วนรวมเป็นส่วนตน สอนให้แบ่งปันในฐานะญาติพี่น้องในชุมชนเดียวกัน 3) เรื่องเล่าเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติในชุมชน ตัวอย่างเช่น ชาวบ้านวังอาบช้างไปเลี้ยงภูแก้ว หมูบ้านหินตั้งไปเลี้ยงภูผาแดง บ้านตาต้ออัญเชิญเจ้าภูแก้วเป็นผีเจ้าบ้าน บ้านนาหอไปเลี้ยงภูผาแดง เป็นต้น ชุมชนดังกล่าวมีเรื่องเล่า และพิธีกรรมนั้นแสดงถึงการปรับตัวของคนกับธรรมชาติ และสิ่งเหนือธรรมชาติ เชื่อว่าภูเขาและธรรมชาติมีสิ่งเหนือธรรมชาติ และเป็นเจ้าของทรัพยากร จึงสร้างความพึงพอใจโดยทำบุญหรือเลี้ยง เมื่อเจ้าป่าพึงพอใจจึงมอบความอุดมสมบูรณ์ ฟ้าฝนตกตามฤดูกาล ในขณะเดียวกันพิธีกรรมศักดิ์สิทธิ์ ส่งผลให้เกิด

พื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ ผู้คนไม่กล้าตัดไม้ทำลายป่าจึงทำให้เกิดการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ

2.3 เรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์กับการต่อรองเชิงอำนาจเพื่อความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ จำแนกได้ 3 ประเด็นคือ 1) เรื่องเล่ากับการต่อรองด้วยศาสนาและอาหาร กล่าวคือ ในแต่ละปีชาวบ้านจะไปเลี้ยงภูแก้ว ภูผาแดง ภูผาลัง ห้วยภู (บ้านนาหม่ม) และภูผาแดง ด้วยอาหารซึ่งอาจจะเป็น ผลไม้ เนื้อสัตว์ และนิมนต์พระสงฆ์ไปเทศน์เพื่อสร้างความพึงพอใจต่อสิ่งเหนือธรรมชาติ หากชุมชนไม่ถวายอาหารตามที่ได้นับไว้หรือสัญญาไว้ ฝนฟ้าจะไม่ตกตามฤดูกาล ส่วนชุมชนบ้านแสงภา มีข้อต่อรองที่แตกต่างคือ ก่อนที่จะมีการสร้างพระธาตุดินแทน โดยพระครูอุปัชฌาย์ วิจิตร ชาวบ้านจะเชิญผีไปอยู่ภูสวนทราย โดยมีข้อต่อรองว่า จะต้องไปเลี้ยง 3 ปีต่อครั้ง ส่วนทางพื้นที่อำเภอเชียงคาน ก็มีเรื่องเล่านางยักษ์ขี้ดิน มีข้อต่อรองว่าในช่วงเข้าพรรษาจะต้องตักทองเพล หากสิ้นเสียงกลองนางยักษ์จะออกมาจากถ้ำ การต่อรองด้วยศาสนา และอาหารนั้นเพื่อสร้างความพึงพอใจและก่อให้เกิดความอุดมสมบูรณ์ 2) เรื่องเล่ากับการต่อรองด้วยวัตถุคือ การถวายปลาบ่าวปลาสาว บักแบ้นและดอกบัว หรือทองคำ ซึ่งวัตถุดังกล่าวสื่อความหมายถึงความอุดมสมบูรณ์ 3) เรื่องเล่ากับการต่อรองด้วยพฤติกรรม และเหตุการณ์ เช่น การสงฆ์ พระทำให้เกิดฟ้าฝนตกต้องตามฤดูกาล ดังที่พบในตำนานพระเจ้าฝนแสนห่า พระเจ้าเชียงยืน (พระเจ้าเวียงจันทน์ บ้านอาฮี) พระเสด็จหายบ้านท่าดีหมี การชะน้ำ (การล้างบ่อน้ำ) โดยแม่ข่ายที่ภูผาหนอง อำเภอนาแห้ว จะทำให้ฝนตกตามฤดูกาล รวมถึงการตักทองเพลในตำนานยักษ์ขี้ดิน นอกจากจะทำให้มีความอุดมสมบูรณ์แล้วยังช่วยให้ศาสนายังคงอยู่ต่อไป

โดยสรุปการต่อรองเพื่อให้ได้มาถึงทรัพยากรนั้นเปรียบเสมือนเงื่อนไขหรือการบนบานต่ออำนาจในลักษณะการแลกเปลี่ยนหรือพึ่งพิงซึ่งกันและกัน ระหว่างมนุษย์ และธรรมชาติ ผู้วิจัยมองว่าสิ่งเหล่านี้คือการจัดระเบียบทางสังคม และเป็นอุดมการณ์ทางศาสนาที่ต้องการให้คนในสังคมปฏิบัติตามอยู่ในคุณธรรมเรื่องของสัจจะ และความซื่อสัตย์ที่มีต่อคนในชุมชน ต่อธรรมชาติและต่ออำนาจเหนือธรรมชาติ กลายเป็นบรรทัดฐานในการดำเนินชีวิตของคนในสังคม พุทธศาสนา



ภาพที่ 4 พิธีบูชาหินสี่ก้อน ภูสวนทราย

2.4 เรื่องเล่าและพิธีกรรมศักดิ์สิทธิ์กับบทบาทการต่อสู้ และต่อรองเพื่อการอนุรักษ์ ทรัพยากรธรรมชาติป่าและน้ำ ซึ่งพบ 3 กรณีศึกษา คือ 1) การอนุรักษ์ป่าภูสวนทราย บ้านแสงภา อำเภอนาแห้ว จังหวัดเลย ซึ่งในปี 2529 มีการประกาศสัมปทานป่าบริเวณภูสวนทราย ทำให้ประชาชน บ้านแสงภากังวลว่าชุมชนจะได้รับความเดือดร้อน จึงรวมตัวกันคัดค้าน ชุมชนได้อ้างถึงประเพณีความเชื่อและพิธีกรรมบูชาหินสี่ก้อนซึ่งบรรพบุรุษได้ปฏิบัติสืบมากว่า 200 ปีก่อน พร้อมกับการสร้างพระธาตุดินแทนเพื่อชี้ให้เห็นว่าชุมชนได้ทำหน้าที่อนุรักษ์ป่า และแหล่งน้ำแพร่ มาตั้งแต่บรรพบุรุษ 2) การอนุรักษ์ป่าชุมชนภูเตาโปง บ้านบึงกุ่ม อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย กล่าวคือ ชุมชนบ้านบึงกุ่ม ได้ขออนุญาตจัดตั้งป่าชุมชนภูเตาโปง เพื่ออนุรักษ์ป่า กิจกรรมบวชป่าได้ถูกนำมาใช้ในเชิงสัญลักษณ์ จัดขึ้นเมื่อ 25 กุมภาพันธ์ 2559 กิจกรรมสำคัญ ได้แก่ พิธีบูชารุกขเทวดา ผีป่า การประกาศคำสาปแช่งผู้บุกรุกป่า เสร็จสิ้นที่การนำผ้าสบงมาผูกกับต้นไม้รอบๆ พิธีกรรม ถือเป็นการนำแนวคิดทางพุทธศาสนาคือการบวชพระสงฆ์ มาบวชต้นไม้เพื่อสร้างความหมายของพื้นที่ป่าว่าต้นไม้เหล่านั้นได้ผ่านพิธีกรรมบวชมาแล้ว ถือเป็นผู้มีศีลหรือผู้บริสุทธิ์ หากผู้ใดมาตัดต้นไม้ถือว่า เป็นบาป 3) กิจกรรมการอนุรักษ์แหล่งน้ำและพันธุ์ปลาแม่น้ำโขง จัดขึ้นเมื่อวันที่ 8 ธันวาคม 2564 โดยเครือข่ายภาคประชาสังคม 8 จังหวัด ได้แก่ เชียงราย เลย หนองคาย บึงกาฬ นครพนม มุกดาหาร อำนาจเจริญ และอุบลราชธานี ร่วมกับภาครัฐ ทำกิจกรรม “อนุรักษ์น้ำและพันธุ์ปลาในแม่น้ำโขง” ที่บึงหลุบ บ้านปากม้ง อำเภอปากชม จังหวัดเลย พิธีกรรมสำคัญ ได้แก่ การบวงสรวงพญานาค พิธีสาบานตน

และพิธีปล่อยปลา ซึ่งถูกนำมาใช้เป็นสัญลักษณ์สื่อความหมายถึงผลกระทบของการสร้างเขื่อนในประเทศจีน และลาว ทำให้เกิดการทำลายล้างทรัพยากร ธรรมชาติโดยเฉพาะพันธุ์ปลาในแม่น้ำโขง และการเหือดแห้งของแม่น้ำ ซึ่งคนปลายน้ำกำลังได้รับความเดือดร้อน ดังนั้นจึงร่วมกันปฏิบัติการประกอบพิธีกรรมอนุรักษ์น้ำและพันธุ์ปลาในโขง พิธีกรรมจึงเป็นเครื่องมือที่ถูกนำมาใช้ในเชิงตอบโต้ เพื่อต่อสู้และคัดค้านการสร้างเขื่อนชะงะคาม สปป.ลาว



ภาพที่ 5 พิธีบวชป่าชุมชนบ้านบึงกุ่ม (ภาพบน) และพิธีอนุรักษ์พันธุ์ปลาอำเภopakชม

อภิปรายผล

1. บทบาทและการสื่อความหมายทางวัฒนธรรมของเรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์

ผลจากการวิเคราะห์การสื่อความหมายทางวัฒนธรรมสะท้อนถึงสำนึกเชิงนิเวศที่แฝงอยู่ในเรื่องเล่าและโลกทัศน์ของผู้คน ดังคำกล่าวที่ว่า ในสังคมชุมชนบุพกาลและสังคมยุคแรกเริ่มก่อตั้งรัฐเป็นสังคมที่มนุษย์อาศัยพึ่งพิงธรรมชาติ และมีความสัมพันธ์กับธรรมชาติอย่างใกล้ชิด เพราะวิถีการผลิต และปัจจัยในการผลิตยังอาศัยปัจจัยจาก

ธรรมชาติ ไม่ว่าจะเป็นด้านการเพาะปลูก เลี้ยงสัตว์ หรือในสังคมที่มีการล่าสัตว์ และหาของป่า มนุษย์จึงมีกระบวนการคิดหรือระบบความคิดเกี่ยวกับธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมที่แสดงถึงความสำนึก และตระหนักรู้ในความสัมพันธ์อันใกล้ชิดระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม การเคารพและเกื้อกูลต่อชีวิตอื่น รวมถึงสำนึกที่จะธำรงรักษาสายสัมพันธ์ดังกล่าวให้คงอยู่อย่างยั่งยืน ตามวิถีคิด และภูมิปัญญาของคนแต่ละกลุ่มชาติพันธุ์ ระบบคิดเกี่ยวกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในลักษณะนี้ อาจเรียกได้ว่าเป็น “จิตสำนึกเชิงนิเวศแนวดั้งเดิม” (ธัญญา สังขพันธานนท์, 2556)

ในวัตถุประสงค์การวิจัยข้อแรก ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิด “วัฒนธรรมและการสื่อความหมาย” แนวคิดทฤษฎี “คติชนวิทยา” เป็นทฤษฎีหลักในการตีความผู้วิจัยได้นำข้อมูลทางประวัติศาสตร์ท้องถิ่น และนำแนวคิดกระบวนการสร้างรัฐชาติ แนวคิดปีตาธิปไตย และอำนาจทางพุทธศาสนา ตลอดจนแนวคิดทางชาติพันธุ์สัมพันธ์มาตีความร่วมด้วยเพื่อต้องการสื่อความหมายในมิติของรัฐบาล มิติทางศาสนาหลักในกระแสสังคมไทย ตลอดจนการปรับเปลี่ยนเชิงพื้นที่ การต่อสู้ต่อรองในบริบทรัฐชาติไทย-ลาว เพื่อนำเสนอประเด็นทางเพศภาวะ และเรื่องเล่ากับความสัมพันธ์เชิงอำนาจ ซึ่งสอดคล้องกับการเลือกพื้นที่วิจัยชายแดนไทย-ลาว เพราะในอดีตทั้งฝั่งซ้ายและขวาเป็นพื้นที่เดียวกัน ผู้วิจัยพบว่าประเด็นการต่อสู้ และต่อรอง และช่วงชิงพื้นที่ทรัพยากรบนภูมิลำเนาสะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์เชิงชาติพันธุ์ของผู้คนทั้งสองฝั่ง ซึ่งสอดคล้องกับพรสวรรค์ ศิริภิญโญภรณ์ (2561) ซึ่งพบว่าเรื่องเล่าในชุมชนไทย-ลาวในอำเภอท่าลี่ และเมืองแก่นท้าว เป็นเรื่องเล่าที่สะท้อนสำนึกร่วมทางประวัติศาสตร์ และชาติพันธุ์เดียวกัน แม้บริบทการเมืองปรับเปลี่ยนไป แต่ในปัจจุบันนี้ผู้คนสองฝั่งยังคงมีปฏิสัมพันธ์ และมีพื้นที่พิธีกรรมร่วมกันเหนือพรมแดนรัฐชาติไทย-ลาว

2. เรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์กับบทบาทการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ

เรื่องเล่าและพิธีกรรมศักดิ์สิทธิ์สะท้อนถึงโลกทัศน์ของผู้คนที่มีต่อสิ่งแวดล้อม เมื่อพิจารณาพื้นที่วิจัย เช่น อำเภอด่านซ้าย และอำเภอนาแห้วนั้น ภูมิประเทศ และการตั้งชุมชนอยู่ใกล้ภูเขา มีการประกอบอาชีพการเกษตร อาศัยผืนป่าเป็นแหล่งอาหาร ตลอดจนมีความเชื่อดั้งเดิมตามบรรพชนลาว

ล้านช้าง จึงมีการปรับตัวต่อสิ่งแวดล้อมที่อยู่อาศัย ตลอดจนมีทัศนคติต่อสิ่งแวดล้อมธรรมชาติที่เป็นแม่น้ำ ภูเขาว่าเป็นที่สถิตของสิ่งศักดิ์สิทธิ์ผู้ปกป้องผืนป่าแหล่งต้นน้ำของชุมชนจึงก่อเกิดสำนึกในการอยู่ร่วมกันของผู้คนผ่านสัญลักษณ์ตำนาน พิธีกรรม และเรื่องเล่าภายในพื้นที่วัฒนธรรมเดียวกัน สอดคล้องข้อความที่ว่า “ชุมชนท้องถิ่นจำนวนมากมักจะมี ความเชื่อว่าอำนาจศักดิ์สิทธิ์เหนือธรรมชาติเป็นเจ้าของทรัพยากรดิน น้ำ ป่า หรือ ทรัพยากรอื่นๆ ที่ชุมชนจำเป็นต้องพึ่งพาในการดำรงชีวิตประจำวัน จึงมีท่าทีที่เคารพนับถือต่ออำนาจศักดิ์สิทธิ์ พยายามทำให้อำนาจศักดิ์สิทธิ์พึงพอใจ และหลีกเลี่ยงที่จะสร้างความขุนเคืองใจให้แก่อำนาจศักดิ์สิทธิ์นั้น” (สณัฐตา กาญจนพันธุ์, 2554) ทั้งนี้เพื่อเป้าหมายคือการสร้างสุขของผู้คนที่อยู่ในพื้นที่วัฒนธรรมเดียวกัน

จากข้อมูลภาคสนามพบว่าในบริบททางสังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป ส่งผลให้เรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์มีพลวัต มีการลดทอนความศักดิ์สิทธิ์ และเรื่องเล่าเริ่มหายไปจากวัฒนธรรมการเล่าเรื่องในครอบครัวชนบท เพราะมีการให้สัมปทานเหมืองแร่ ส่งผลให้เกิดการทำลายภูเขาศักดิ์สิทธิ์และอำนาจของเรื่องเล่าก็หายไป เรื่องเล่ามีความเลื่อนไหลในความหมาย และบทบาทขึ้นอยู่กับผู้เล่าและการนำไปใช้ในบริบทสังคมปัจจุบัน เช่น เรื่องเล่าเจ้าปู่หลุบจากผีเจ้าทรัพยากรกลายเป็นอารักษ์บ้าน และเรื่องเล่านางแก้วโยนไหลง จากอารักษ์น้ำโขงกลายเป็นอารักษ์ป่า และยังพบว่าการนำเรื่องเล่าไปสู่การประดิษฐ์ประเพณีเพื่อการท่องเที่ยว นับเป็นพลวัตอีกด้านหนึ่งของเรื่องเล่าที่เชื่อมโยงทรัพยากรธรรมชาติ

การนำเรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์มาปรับใช้ซึ่งสร้างคุณค่าอย่างมหาศาลต่อชุมชนท้องถิ่นจังหวัดเลย ซึ่งพบ 3 สถานการณ์คือ ชุมชนบ้านแสงภา อำเภอนาแห้ว ชุมชนบ้านนุ่งกุ่ม อำเภอด่านซ้าย และเครือข่ายประชาสังคม 8 จังหวัดร่วมกับภาครัฐ แสดงให้เห็นคุณค่าของเรื่องเล่า และพิธีกรรมในบริบทที่แสดงการเปลี่ยนแปลงของสังคมไทย นับได้ว่ามิติใหม่ของเรื่องเล่า และพิธีกรรมได้ถูกนำมาใช้เพื่อเป็นเครื่องมือในการสร้างความหมายใหม่ต่อรองอำนาจกลุ่มต่างๆ ดังคำกล่าวที่ว่า “ประเพณีเชิงนิเวศ” มิใช่เป็นประเพณีที่มุ่งอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมในชุมชนเท่านั้น แต่เป็นกลุ่มประเพณีที่มีนัยยะหรือ

ความหมายทางการเมืองและสังคมว่าด้วยประเด็นสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติปะปนเข้ามาด้วย ประเด็นนี้จึงเป็นกลุ่มประเด็นประติมากรรมที่มีได้มีเพียงนำเสนอแง่มุมด้านจิตวิญญาณ และความเชื่อศาสนาเท่านั้น แต่ยังมีความเกี่ยวเนื่องกับประเด็นการอนุรักษ์และฟื้นฟูธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนนำเสนอให้เห็นมิติของการวิพากษ์วิจารณ์ในเรื่องราวที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์ทางสังคมด้วยเช่นกัน (ปฐม หงษ์สุวรรณ, 2561)

โดยสรุป เรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์ที่เชื่อมโยงเกี่ยวกับทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่จังหวัดเลย ถือเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นในการปรับตัวของคนกับคน คนกับธรรมชาติ และคนกับสิ่งแวดล้อมธรรมชาติ ทำหน้าที่สื่อความหมายทางวัฒนธรรม และมีบทบาทต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติทั้งทางตรงและทางอ้อม ชุมชน สังคม และองค์กรที่เกี่ยวข้องควรอนุรักษ์และนำมาปรับใช้ต่อการพัฒนา และสร้างคุณค่าต่อไป

สรุปผลการวิจัย

เรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์ในท้องถิ่นจังหวัดเลย มีบทบาทด้านการสื่อความหมายทางวัฒนธรรม ในด้านความอุดมสมบูรณ์ ด้านสังคม และวัฒนธรรมล้านช้างดั้งเดิม ด้านศาสนา ด้านรัฐชาติ ด้านชาติพันธุ์สัมพันธ์ และด้านเพศภาวะ ส่วนเรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์มีบทบาทการจัดการทรัพยากรธรรมชาติในด้านเรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์ถือเป็นภูมิปัญญาในการปรับตัวของคนกับสิ่งแวดล้อม เป็นภูมิปัญญาในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติของชุมชนใช้เป็นเครื่องมือต่อรองเชิงอำนาจเพื่อความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ เรื่องเล่าและพิธีกรรมได้ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการต่อสู้ ต่อรองเพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าและน้ำของคนในจังหวัดเลย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. หน่วยงานในท้องถิ่นและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุนประเด็นอย่างจริงจัง เพราะเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น และเป็นเครื่องมือในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ

2. สถาบันการศึกษาสามารถนำองค์ความรู้จากงานวิจัยนี้จัดทำหลักสูตรท้องถิ่น และใช้ประโยชน์ในการสอนวิชาภูมิปัญญาท้องถิ่น คติชนวิทยา และคติชนวิทยาประยุกต์ในระดับอุดมศึกษาได้

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการวิจัยเชิงปฏิบัติการเพื่อสร้างสำนักอนุรักษ์ธรรมชาติให้แก่เยาวชนและชุมชน และขยายเครือข่ายยังพื้นที่อื่นๆ

เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา แก้วเทพ. (2553). *แนวพินิจใหม่ในสื่อสารศึกษา*. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- ธัญญา สังขพันธานนท์. (2556). *วรรณคดีสี่เที่ยว กระบวนทัศน์และวาทกรรมธรรมชาติในวรรณคดีไทย*. กรุงเทพฯ: นาค.
- ปฐม หงษ์สุวรรณ. (2550). *กาลครั้งหนึ่ง: ว่าด้วยตำนานกับวัฒนธรรม*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปฐม หงษ์สุวรรณ. (2561). *มองคติชน มุมสังคม หลักการและแนวทางการศึกษาคติชนวิทยา*. ขอนแก่น: โรงพิมพ์คลังนานาวิทยา.
- พรสวรรค์ ศิริกิจญาณภรณ์. (2561). *เรื่องเล่าไทยลาวกับความสัมพันธ์ของชุมชนสองฝั่งโขง*. เลຍ: คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.
- ศรีศักร วัลลิโภดม. (2555, 8 สิงหาคม). การศึกษาสังคมไทยผ่านภูมิวัฒนธรรม. สืบค้นจาก <http://lek-prapai.org>
- ศิริพร ณ ถลาง. (2552). *ทฤษฎีคติชนวิทยา วิธีวิทยาในการวิเคราะห์ตำนาน-นิทานพื้นบ้าน*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สันธิฐิตา กาญจนพันธุ์. (2554). *ความคิดสี่เที่ยว วาทกรรมและความเคลื่อนไหว*. เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคมและคณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อคิน รพีพัฒน์. (2551). *วัฒนธรรมคือความหมาย: ทฤษฎีและวิธีวิทยาของคลิฟฟอร์ด เกียร์ซ*. กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).

ผู้ให้สัมภาษณ์

พจนภา สิงห์หล้า. (2563, 15 ธันวาคม). ปราชญ์ท้องถิ่น.

[สัมภาษณ์].

เพื่อน บุตรวิไล. (2564, 10 กุมภาพันธ์). ปราชญ์ท้องถิ่น.

[สัมภาษณ์].

สัญญา สิริทธิ. (2564, 5 มกราคม). ปราชญ์ท้องถิ่น.

[สัมภาษณ์].

จริยธรรมการตีพิมพ์บทความในวารสาร

วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ให้ความสำคัญกับการรักษามาตรฐานด้านจริยธรรมในการตีพิมพ์เผยแพร่บทความ ดังนั้นจึงกำหนดให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องต้องปฏิบัติตามหลักการและมาตรฐานด้านจริยธรรมในการตีพิมพ์อย่างเคร่งครัด โดยปรับปรุงจาก Committee on Publication Ethics: <https://www.publicationethics.org/files/2008%20Code%20of%20Conduct.pdf> โดย ศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (Thai Journal Citation Index Centre) รายละเอียดดังนี้

1. บทบาทหน้าที่ของบรรณาธิการและกองบรรณาธิการ

1.1 บรรณาธิการและกองบรรณาธิการมีหน้าที่พิจารณาและตรวจสอบบทความที่ส่งมาเพื่อพิจารณาตีพิมพ์กับวารสารทุกบทความ โดยพิจารณาความสอดคล้องของเนื้อหาบทความกับเป้าหมายและขอบเขตของวารสาร รวมถึงตรวจสอบคุณภาพบทความในกระบวนการประเมินคุณภาพบทความก่อนการตีพิมพ์

1.2 บรรณาธิการมีหน้าที่จัดพิมพ์คำแนะนำแก่ผู้เขียนในทุกประเด็นที่ผู้เขียนควรรับทราบและควรมีการปรับปรุงคำแนะนำให้ทันสมัยอยู่เสมอพร้อมทั้งควรมีการอ้างอิงหรือการเชื่อมโยงกับระเบียบดังกล่าวนี้ด้วย

1.3 บรรณาธิการและกองบรรณาธิการต้องใช้หลักการพิจารณาบทความโดยอิงเหตุผลทางวิชาการเป็นหลัก และต้องไม่มีอคติต่อผู้เขียนและบทความที่พิจารณาไม่ว่าด้วยกรณีใด บรรณาธิการไม่ควรเปลี่ยนแปลงการตัดสินใจในการตอบรับบทความที่ถูกปฏิเสธการตีพิมพ์ไปแล้ว ยกเว้นมีปัญหาร้ายแรงเกิดขึ้นในระหว่างการส่งบทความมารับการพิจารณา

1.4 บรรณาธิการและกองบรรณาธิการต้องไม่มีส่วนได้ส่วนเสียกับผู้เขียนหรือผู้ทรงคุณวุฒิ ไม่ว่าจะเพื่อประโยชน์ในเชิงธุรกิจหรือนำไปเป็นผลงานทางวิชาการของตนเอง

1.5 บรรณาธิการและกองบรรณาธิการต้องไม่ปิดกั้น เปลี่ยนแปลง หรือแทรกแซงข้อมูลที่ใช้แลกเปลี่ยนระหว่างผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เขียน และมีระบบปกป้องข้อมูลส่วนตัวของผู้ประเมินบทความ

1.6 บรรณาธิการและกองบรรณาธิการต้องปฏิบัติตามกระบวนการและขั้นตอนต่างๆ ของวารสารอย่างเคร่งครัด คงไว้ซึ่งความถูกต้องของผลงานวิชาการ และรักษามาตรฐานการดำเนินการทุกอย่างเพื่อให้มั่นใจในคุณภาพของบทความที่ตีพิมพ์และรับรองคุณภาพของงานวิจัยที่ได้รับการตีพิมพ์ตามมาตรฐานสากลที่ได้รับการยอมรับ

1.7 บรรณาธิการควรมีระบบที่ทำให้มั่นใจได้ว่าบทความที่ส่งเข้ามายังวารสาร จะได้รับการปกปิดเป็นความลับในระหว่างขั้นตอนการพิจารณาประเมิน

1.8 บรรณาธิการมีความรับผิดชอบในการปรับปรุงวารสารอย่างสม่ำเสมอ และขอรับการประเมินมาตรฐานคุณภาพวารสารวิชาการ

1.9 บรรณาธิการมีหน้าที่ปกป้องมาตรฐานของทรัพย์สินทางปัญญาจากความต้องการทางธุรกิจ

1.10 บรรณาธิการมีหน้าที่จัดการต่อข้อร้องเรียน กรณีมีการร้องเรียนต้องร้องเรียนเป็นลายลักษณ์อักษรไปที่บรรณาธิการโดยตรงก่อนในขั้นตอนแรกควรทำการร้องเรียนอย่างเป็นลายลักษณ์อักษรต่อบรรณาธิการวารสารโดยตรงหากข้อร้องเรียนไม่ได้รับการแก้ไขเป็นที่น่าพอใจ ก็สามารถยื่นข้อร้องเรียนนั้นต่อคณะกรรมการต้นสังกัดของบรรณาธิการ

2. บทบาทหน้าที่ของผู้เขียน

2.1 บทความที่ผู้เขียนส่งมาเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารต้องเป็นบทความที่ไม่เคยตีพิมพ์หรือเผยแพร่ที่ไหนมาก่อน

2.2 ผู้เขียนต้องทำการอ้างอิงให้ถูกต้องทุกครั้งเมื่อนำผลงานของผู้เียนมานำเสนอหรืออ้างอิงประกอบในเนื้อหาบทความของตนเอง และต้องไม่คัดลอกผลงานของผู้เียน

2.3 หากผลงานทางวิชาการของผู้เขียนเกี่ยวข้องกับการใช้สัตว์ ผู้เข้าร่วม หรืออาสาสมัคร หรือผลการวิจัยมีประเด็นที่เปราะบางต่อผู้ให้ข้อมูล ผู้เขียนควรดำเนินการตามหลักจริยธรรม ปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด

รวมถึงต้องได้รับความยินยอมก่อนการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลหรือแสดงเอกสารที่เกี่ยวข้อง เช่น หนังสือรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ หรือในสัตว์ทดลองประกอบด้วยทุกครั้ง

2.4 ผู้นิพนธ์ต้องยินยอมให้สิทธิ์แก่วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ในการเผยแพร่ผลงาน และไม่นำผลงานไปเผยแพร่หรือตีพิมพ์กับแหล่งอื่นๆ หลังจากที่ได้รับการตอบรับการตีพิมพ์กับวารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย แล้ว

2.5 ชื่อผู้นิพนธ์ที่ปรากฏในบทความต้องเป็นผู้ที่มีส่วนในบทความนั้นๆ จริง

3. บทบาทหน้าที่ของผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความ

3.1 ผู้ทรงคุณวุฒิต้องไม่มีส่วนได้ส่วนเสียกับผู้นิพนธ์ การพิจารณาคุณภาพของบทความต้องคำนึงถึงคุณภาพบทความเป็นหลัก และพิจารณาบนหลักการและเหตุผลทางวิชาการโดยปราศจากอคติหรือความขัดแย้งส่วนตัว

3.2 ผู้ทรงคุณวุฒิต้องตระหนักว่าตนเองเป็นผู้มีความเชี่ยวชาญ มีความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาของบทความที่รับประเมินอย่างแท้จริง

3.3 ผู้ทรงคุณวุฒิต้องไม่แสวงหาประโยชน์จากบทความที่ตนเองได้ทำการประเมิน

3.4 หากผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบพบว่าบทความที่รับประเมิน เป็นบทความที่คัดลอกผลงานชิ้นอื่นๆ ผู้ทรงคุณวุฒิต้องแจ้งให้บรรณาธิการทราบทันที พร้อมแสดงหลักฐานประกอบที่ชัดเจน

3.5 ผู้ทรงคุณวุฒิต้องรักษาระยะเวลาประเมินตามกรอบเวลาประเมินที่วารสารกำหนด รวมถึงไม่เปิดเผยข้อมูลของบทความให้ผู้ที่ไม่ได้รับรู้

คำแนะนำสำหรับผู้เขียน

วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย (Research and Development Journal, Loei Rajabhat University) เป็นวารสารที่นำเสนอผลงานบทความทางวิชาการ/บทความวิจัย/บทความวิทยานิพนธ์ที่หลากหลายสาขาวิชาทางด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ โดยสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย เป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบดำเนินการจัดทำวารสาร ซึ่งกำหนดตีพิมพ์วารสาร 4 ฉบับ/ปี (รอบ 3 เดือน) บทความทางวิชาการ/บทความวิจัย/บทความวิทยานิพนธ์ที่จะตีพิมพ์ในวารสารต้องผ่านการกลั่นกรองจากผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก และการประสานงานระหว่างผู้เขียนและผู้ทรงคุณวุฒิ ต้องได้รับความเห็นชอบจากกองบรรณาธิการเท่านั้น ผู้ประสงค์ส่งผลงานบทความเพื่อขอรับการพิจารณาตีพิมพ์ลงในวารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย สำหรับอาจารย์และพนักงานของมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ไม่ต้องชำระค่าธรรมเนียมการตีพิมพ์ นักศึกษาของมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ต้องชำระค่าธรรมเนียมเรื่องละ 1,000 บาท และบุคคลภายนอก ต้องชำระค่าธรรมเนียมการตีพิมพ์เรื่องละ 2,000 บาท โดยส่งบทความผ่านระบบออนไลน์เท่านั้น ที่เว็บไซต์ <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/research-journal-lru> โดยกองบรรณาธิการได้กำหนดเนื้อหาการส่งบทความ เพื่อให้อยู่ในมาตรฐานเดียวกันดังต่อไปนี้

ส่วนประกอบของบทความ

1. บทความวิจัย/วิทยานิพนธ์

1.1 ชื่อเรื่อง ต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

1.2 ชื่อ-สกุล และสังกัดของผู้เขียน ต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษให้ครบทุกคน โดยใส่หมายเลขที่ชื่อผู้เขียนที่เป็นผู้ติดต่อพร้อมอีเมลติดต่อที่ชัดเจน

1.3 บทคัดย่อและคำสำคัญ (ภาษาไทย)

1.3.1 บทคัดย่อภาษาไทย สรุปเนื้อหาของบทความให้เข้าใจถึงที่มาของการทำวิจัย วิธีการดำเนินการวิจัย ผลที่ได้จากการวิจัย และการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ ความยาวประมาณ 250 คำ

1.3.2 คำสำคัญภาษาไทย จำนวน 3 - 5 คำ (ไม่ใช่วลี หรือ ประโยค)

1.4 บทคัดย่อและคำสำคัญ (ภาษาอังกฤษ)

1.4.1 บทคัดย่อภาษาอังกฤษ แปลจากบทคัดย่อภาษาไทย โดยให้มีขนาดและเนื้อหาเหมือนกับ บทคัดย่อภาษาไทย

1.4.2 คำสำคัญภาษาอังกฤษ แปลจากคำสำคัญภาษาไทย

1.4.3 บทคัดย่อภาษาอังกฤษ ต้องได้รับการตรวจทานภาษาอังกฤษจากผู้เชี่ยวชาญทางภาษาให้ถูกต้องก่อนการส่งบทความขอตีพิมพ์ในวารสาร

1.5 เนื้อเรื่อง

1.5.1 ความเป็นมาของปัญหา ให้อธิบายถึงเหตุผล และชี้ให้เห็นความสำคัญของงานวิจัยที่ทำ

1.5.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย ให้ระบุวัตถุประสงค์ของการวิจัยให้ชัดเจน โดยบอกเป็นข้อๆ ตามลำดับความสำคัญ

1.5.3 วิธีดำเนินการวิจัย ให้ระบุประเภทการวิจัย ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ การเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูล

1.5.4 ผลการวิจัย ให้แสดงผลจากการวิจัยที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ซึ่งอาจมีภาพประกอบ แผนภูมิ ตาราง หรือการสื่อในลักษณะอื่นๆ ที่ผู้อ่านดูแล้วเข้าใจ

1.5.5 อภิปรายผล อภิปรายให้ผู้อ่านเห็นความสัมพันธ์และความเป็นไปได้ของผลการศึกษา สนับสนุนหรือคัดค้านทฤษฎี เปรียบเทียบหรือตีความเพื่อเน้นความสำคัญของงานให้เข้าใจง่ายที่สุด

1.5.6 สรุปผลการวิจัย ข้อสรุปที่ได้จากการวิจัย ความยาวประมาณ 150 คำ

1.5.7 ข้อเสนอแนะ ให้แนะนำการนำผลจากการวิจัยไปใช้ประโยชน์ และแนะนำเพื่อทำการวิจัยครั้งต่อไป

1.5.8 เอกสารอ้างอิง ให้ระบุชื่อเอกสารที่ใช้อ้างอิงในเนื้อหาบทความทั้งหมด โดยเรียงลำดับตามตัวอักษรชื่อผู้แต่ง (คนไทย) หรือ ตัวอักษรนามสกุลผู้แต่ง (คนต่างชาติ) และการอ้างอิงในเนื้อหาและท้ายบทความต้องสอดคล้องกัน ดังรูปแบบที่อธิบายไว้ในข้อ 3

2. บทความทางวิชาการ

2.1 ชื่อเรื่อง ต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

2.2 ชื่อ-สกุล และสังกัดของผู้เขียน ต้องมีทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษให้ครบทุกคน โดยใส่หมายเลขที่ชื่อผู้เขียนที่เป็นผู้ติดต่อพร้อมอีเมลติดต่อที่ชัดเจน

2.3 บทคัดย่อและคำสำคัญ (ภาษาไทย)

2.3.1 บทคัดย่อภาษาไทย สรุปความเป็นมาของสิ่งที่นำเสนอ และสรุปภาพรวมทั้งหมดของบทความ ความยาวประมาณ 250 คำ

2.3.2 คำสำคัญภาษาไทย จำนวน 3 - 5 คำ (ไม่ใช่วลี หรือ ประโยค)

2.4 บทคัดย่อและคำสำคัญ (ภาษาอังกฤษ)

2.4.1 บทคัดย่อภาษาอังกฤษ แปลจากบทคัดย่อภาษาไทย โดยให้มีขนาดและเนื้อหาเหมือนกับบทคัดย่อภาษาไทย

2.4.2 คำสำคัญภาษาอังกฤษ แปลจากคำสำคัญภาษาไทย

2.4.3 บทคัดย่อภาษาอังกฤษ ต้องได้รับการตรวจทานภาษาอังกฤษจากผู้เชี่ยวชาญทางภาษาให้ถูกต้องก่อนการส่งบทความขอตีพิมพ์ในวารสาร

2.5 เนื้อเรื่อง

2.5.1 ความนำ ควรประกอบด้วย

1) ความเป็นมาหรือภูมิหลังหรือความสำคัญของเรื่องที่นำเสนอ

2) วัตถุประสงค์ของการนำเสนอบทความที่ต้องการให้อ่านทราบเรื่องอะไรบ้าง ซึ่งจะต้องสอดคล้องกับเรื่องหรือเนื้อหาของบทความ

3) ขอบเขตของเรื่องที่นำเสนอ ระบุกรอบในการอ่านโดยการเขียนขอบเขตเพื่อบอกให้อ่านทราบและเข้าใจตรงกัน

4) คำจำกัดความ ควรระบุไว้เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่านหากคำเหล่านั้นมีความหมายที่แตกต่างจากคำทั่วไป หรือคำที่ผู้อ่านอาจจะไม่เข้าใจความหมาย

2.5.2 เนื้อหา ต้องมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

2.5.3 บทสรุป ข้อสรุปประเด็นสำคัญที่ได้จากเนื้อหา/เนื้อเรื่อง ความยาวประมาณ 150 คำ

2.5.4 เอกสารอ้างอิง ให้ระบุชื่อเอกสารที่ใช้อ้างอิงในเนื้อหาบทความทั้งหมด โดยเรียงลำดับตามตัวอักษรชื่อผู้แต่ง (คนไทย) หรือ ตัวอักษรนามสกุลผู้แต่ง (คนต่างชาติ) และการอ้างอิงในเนื้อหาและท้ายบทความต้องสอดคล้องกัน

ข้อกำหนดในการเตรียมต้นฉบับ

ให้พิมพ์ต้นฉบับโปรแกรม Microsoft Word ชนิดอักษร Cordia New หรือ Cordia UPC แบบ 1 คอลัมน์ สำหรับบทความภาษาไทยและภาษาอังกฤษ และแบบ 2 คอลัมน์สำหรับเนื้อหาบทความ โดยใช้ขนาดตัวอักษร 14 ปกติ จำนวนหน้า 7-12 หน้า ขนาดกระดาษ A4 210x297 mm ห่างจากขอบกระดาษบน 2.2 ซม. ด้านล่าง 2.2 ซม. ห่างจากระยะขอบกระดาษด้านซ้ายและขวาแต่ละ 2 ซม. การเว้นวรรคระหว่างประโยคให้เคาะเว้นวรรค 2 ครั้ง โดยมีรายละเอียดแต่ละรายการดังต่อไปนี้

1. **ชื่อเรื่อง** ขนาดตัวอักษร 17 ตัวหนา จัดไว้กลางหน้ากระดาษ
2. **ชื่อผู้เขียน** ให้ใช้ขนาดตัวอักษร 14 ปกติ ไว้ขอบด้านขวาหน้ากระดาษ
3. **คำสำคัญ (Keywords)** หัวข้อหลักในบทความให้ใช้ขนาดตัวอักษร 14 ตัวหนา เนื้อหาของคำสำคัญ ให้ใช้ขนาดตัวอักษร 15 ปกติจัดชิดขอบกระดาษด้านขวา
4. **ชื่อหัวข้อหลักและรอง** หัวข้อหลักในบทความให้ใช้ขนาดตัวอักษร 15 ตัวหนา ชิดขอบด้านซ้ายของคอลัมน์และหัวข้อย่อยให้ใช้ขนาดตัวอักษร 14 ตัวหนา ชิดขอบด้านซ้ายของคอลัมน์
5. **รูปแบบและตาราง** ชื่อตารางให้จัดวางบนตารางโดยใช้ขนาดตัวอักษร 14 ตัวหนา จัดให้ชิดขอบด้านซ้ายของคอลัมน์ ส่วนคำบรรยายรูปภาพจัดไว้ให้อยู่ใต้รูปภาพ
6. **ความห่างระหว่างข้อความ** การเว้นวรรคระหว่างประโยคให้เคาะเว้นวรรค 2 ครั้ง กรณีที่ขึ้นหัวข้อใหม่ (หัวข้อหลัก) ให้กด Enter 2 ครั้ง กรณีที่ขึ้นหัวข้อใหม่ (หัวข้อย่อย) ให้กด Enter 1 ครั้ง

การอ้างอิงเอกสาร

1. การลงรายการอ้างอิงในเรื่อง

ให้ใช้ระบบนาม-ปี ทั้งผู้แต่งชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยแยกเป็น

1.1 ข้อมูลนาม-ปี **อยู่หน้าข้อความ** ชื่อผู้เขียนเป็นส่วนหนึ่งของข้อความ ใส่ปีพิมพ์ไว้ในวงเล็บ ตามรูปแบบ

ชื่อ – สกุล (ปีพิมพ์) / Surname (Date) โดยไม่ต้องใส่เลขหน้า ยกเว้นการอ้างอิงแบบคัดลอกข้อความในเครื่องหมายอัญประกาศ (“ ”) เท่านั้น

ในกรณีที่ผู้แต่ง 3 คนให้ลงชื่อทุกคน มีคำว่า “และ” (“and” ในกรณีเป็นผู้แต่งชาวต่างประเทศ) เชื่อมคนสุดท้ายและคั่นแต่ละคนด้วยเครื่องหมายจุลภาค (,) ส่วนในกรณีที่ผู้แต่ง 4 คนขึ้นไป ให้ลงชื่อผู้แต่งคนแรก และคำว่า “และคณะ” (“et al.” ในกรณีเป็นผู้แต่งชาวต่างประเทศ) ต่อท้าย นอกจากนี้ การอ้างอิงงานเดียวกันที่มีผู้แต่งตั้งแต่ 4 คนขึ้นไป หลังการอ้างอิงครั้งแรกไปแล้ว ให้ลงชื่อผู้แต่งคนแรก และคำว่า “และคณะ” (et al. ในกรณีเป็นผู้แต่งชาวต่างประเทศ) ต่อท้าย เช่น

ชื่อผู้แต่ง	ภาษาไทย (อ้างอิงครั้งแรก)	ภาษาไทย (อ้างอิงครั้งต่อไป ในบทความ)	ภาษาอังกฤษ	ภาษาอังกฤษ (อ้างอิงครั้งต่อไป ในบทความ)
1 คน	วันทนา ทับทิม (2552)	วันทนา ทับทิม (2552)	Brown (2009)	Brown (2009)
2 คน	วันทนา ทับทิม และอุษา งามดี (2552)	วันทนา ทับทิม และอุษา งามดี (2552)	Smith and Brown (2009)	Smith and Brown (2009)
3 คน	วันทนา ทับทิม, สมใจ พิมพ์ และ อุษา งามดี (2553)	วันทนา ทับทิม และคณะ (2553)	Smith, Bradley, and Brown (2011)	Smith et al. (2011)
≥ 4 คน	วันทนา ทับทิม และคณะ (2552)	วันทนา ทับทิม และคณะ (2552)	Smith et al. (2009)	Smith et al. (2009)
ผู้แต่งเป็นสถาบัน (มีชื่อย่อที่เป็นทางการ)	สำนักงานคณะกรรมการวิจัย แห่งชาติ (วช., 2555)	วช. (2555)	National University of Singapore (NUS, 2015)	NUS (2015)
ผู้แต่งเป็นสถาบัน (ไม่มีชื่อย่อที่เป็นทางการ)	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย (2560)	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย (2560)	Loei Rajabhat University (2003)	Loei Rajabhat University (2003)

1.2 ข้อมูลนาม-ปี อยู่ท้ายข้อความ ชื่อผู้เขียนไม่ได้อยู่ในข้อความที่อ้าง ใส่ชื่อผู้แต่งและปีพิมพ์ คั่นด้วยเครื่องหมายจุลภาค (,) ไว้ในวงเล็บ วางไว้ท้ายข้อความที่อ้าง เช่น

ชื่อผู้แต่ง	ภาษาไทย (อ้างอิงครั้งแรก)	ภาษาไทย (อ้างอิงครั้งต่อไป ในบทความ)	ภาษาอังกฤษ	ภาษาอังกฤษ (อ้างอิงครั้งต่อไป ในบทความ)
1 คน	(วันทนา ทับทิม, 2552)	(วันทนา ทับทิม, 2552)	(Brown, 2009)	(Brown, 2009)
2 คน	(วันทนา ทับทิม และอุษา งามดี, 2552)	(วันทนา ทับทิม และอุษา งามดี, 2552)	(Smith and Brown, 2009)	(Smith and Brown, 2009)
3 คน	(วันทนา ทับทิม, สมใจ พิมพา และอุษา งามดี 2553)	(วันทนา ทับทิม และคณะ, 2553)	(Smith, Bradley, & Brown, 2011)	(Smith et al., 2011)
≥ 4 คน	(วันทนา ทับทิม และคณะ, 2552)	(วันทนา ทับทิม และคณะ, 2552)	(Smith et al., 2009)	(Smith et al., 2009)
ผู้แต่งเป็นสถาบัน (มีชื่อย่อที่เป็นทางการ)	(สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ [วช.], 2555)	(วช., 2555)	(National University of Singapore [NUS], 2015)	(NUS, 2015)
ผู้แต่งเป็นสถาบัน (ไม่มีชื่อย่อที่เป็นทางการ)	(มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย, 2560)	(มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย, 2560)	(Loei Rajabhat University, 2003)	(Loei Rajabhat University, 2003)

2. การอ้างอิงเอกสารทุติยภูมิ (อ้างถึงใน)

ในกรณีที่เป็นกรอ้างอิงถึงงานที่ถูกอ้างอิงอยู่ในงานเขียนอื่น และประสงค์จะอ้างอิงงานนั้นด้วย ให้ใส่ข้อความเพิ่มว่า อ้างถึงใน ชื่อผู้แต่งงานเขียนแหล่งที่ 2 ตามด้วยเครื่องหมายจุลภาค และปีพิมพ์ สำหรับภาษาอังกฤษใช้ as cited in secondary source author, year และลงรายละเอียดของเอกสารทุติยภูมิในอ้างอิงท้ายบทความ เช่น

ชัยอนันต์ สมุทวณิช (อ้างถึงใน พนม คลีฉายา, 2542)

Allport's diary (as cited in Nicholson, 2003).

3. การลงรายการเอกสารอ้างอิงท้ายบทความ (Reference)

ใช้การลงรายการอ้างอิงตามรูปแบบของ APA (American Psychological Association 6th edition) ระบุเฉพาะรายการที่ถูกอ้างอิงในเนื้อหาของบทความเท่านั้น โดยให้เรียงลำดับเอกสารตามตัวอักษรชื่อผู้แต่ง (กรณีภาษาไทย) หรือ นามสกุลของผู้แต่ง (กรณีภาษาอังกฤษ) และเรียงเอกสารภาษาไทยไว้ก่อนภาษาอังกฤษ แสดงการลงรายการเพื่อเป็นตัวอย่างดังนี้

3.1 หนังสือทั่วไป (อ้างอิงทั้งเล่ม)

3.1.1 ฉบับพิมพ์

ชื่อผู้แต่ง. (ปีพิมพ์). ชื่อเรื่อง (ครั้งที่พิมพ์ ครั้งที่ 2 เป็นต้นไป). สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

3.1.2 ฉบับพิมพ์ มีบรรณานิการ

ชื่อผู้แต่ง (บรรณานิการ). (ปีพิมพ์). ชื่อเรื่อง (ครั้งที่พิมพ์ ครั้งที่ 2 เป็นต้นไป). สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

3.1.3 หนังสืออิเล็กทรอนิกส์

ชื่อผู้แต่ง. (ปีพิมพ์). ชื่อเรื่อง (ครั้งที่พิมพ์ ครั้งที่ 2 เป็นต้นไป). สืบค้นจาก <http://www.xxxxxxx>

ตัวอย่าง

ศักดิ์ดา ดาตวง. (2551). เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเพื่อชีวิต (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น.

มัญชุสา วัฒนพร (บรรณานิการ). (2542). คู่มือการจัดและตกแต่งสวนในบ้าน (พิมพ์ครั้งที่ 8, เล่ม 2). กรุงเทพฯ: บ้านและสวน.

วีระชัย ณ นคร. (2556). สารานุกรมเรื่องหญ้าแฝก (พิมพ์ครั้งที่ 7). สืบค้นจาก <http://ebook.lib.ku.ac.th/item /2/20170123>

Hogue, A. (2008). *First steps in academic writing* (2nd ed.). NY: Pearson Education.

Chen, A., & Xu, K. (Eds). (2011). *Fabulous furniture*. Hong Kong: Artpower.

Sarrazin, N. (2016). *Music and the Child*. Retrieved from <http://textbooks.opensuny.org/music-and-the-child/>

3.2 บทความหรือบทในหนังสือ

ชื่อผู้แต่งบทความหรือบท. (ปีพิมพ์). ชื่อบทความหรือบท. ใน ชื่อบรรณาธิการ (บรรณาธิการ), ชื่อหนังสือ (หมายเลขหน้าที่ปรากฏบทความ). สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

ตัวอย่าง

สุปราณี แจ่มบำรุง. (2546). ปริมาณสารอาหารอ้างอิงที่ควรได้รับประจำวัน. ใน สุปราณี แจ่มบำรุง และคณะ (บรรณาธิการ), *ปริมาณสารอาหารอ้างอิงที่ควรได้รับประจำสำหรับคนไทย พ.ศ. 2546* (น. 21-26). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์องค์การรับส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ (ร.ส.พ.).

Haybron, D.M. (2008). Philosophy and the science of subjective well-being. In M. Eid & R. J. Larsen (Eds.), *The science of subjective well-being* (pp. 17-43). New York, NY: Guilford Press.

3.3 หนังสือแปล

ชื่อผู้แต่งต้นฉบับ. (ปีพิมพ์). ชื่อเรื่องที่แปล [ชื่อต้นฉบับ] (ชื่อผู้แปล, แปล). สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์. (ต้นฉบับพิมพ์ปี ค.ศ. หรือ พ.ศ.)

ตัวอย่าง

แบร์รี สมาร. (2555). *มิเชล ฟูกูต์* [Michel Foucault] (จามะรี เชียงทอง และ สุนทร สราญจิต, แปล). กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน). (ต้นฉบับพิมพ์ปี ค.ศ. 1994).

3.4 บทความวารสาร

3.4.1 ฉบับพิมพ์

ชื่อผู้แต่ง. (ปีพิมพ์). ชื่อบทความ. ชื่อวารสาร, เลขของปีที่(เลขของฉบับที่), เลขหน้าที่ปรากฏบทความ.

3.4.2 ออนไลน์ (มีรหัส DOI – Digital Object Identifier)

ชื่อผู้แต่ง. (ปีพิมพ์). ชื่อบทความ. ชื่อวารสาร, เลขของปีที่(เลขของฉบับที่), เลขหน้าที่ปรากฏบทความ. doi:xx.xxxx

3.4.3 ออนไลน์ (ไม่มีรหัส DOI ให้ลิง URL ของวารสาร)

ชื่อผู้แต่ง. (ปีพิมพ์). ชื่อบทความ. ชื่อวารสาร, เลขของปีที่(เลขของฉบับที่), เลขหน้าที่ปรากฏบทความ. สืบค้นจาก <http://www.xxxx>

ตัวอย่าง

ปิยะวิทย์ ทิพรส. (2553). การจัดการป้องกันและลดสารให้กลิ่นโคลน Geosmin ในผลิตภัณฑ์แปรรูปสัตว์น้ำ. *วารสารสุทธิปริทัศน์*, 24(72), 103-119.

จรรยาลักษณ์ สิริกุลนฤมิตร, และภิญญาดา เมธารมณ. (2561). องค์ประกอบของการสื่อสารเพื่อการสร้างความนิยมเพลงเกาหลีในประเทศไทย. *วารสารบริหารธุรกิจ*, 41(157), 1-20. doi: 10.14456/jba.2018.5

- ดิเรก หงษ์ทอง. (2558). พงศาวดารเขมรใน “นิพนธ์วังหน้า”: ความสำคัญต่อการตีความชีวิตของเจ้านายเขมรพลัดถิ่นในสยาม. *วารสารอาารยธรรมศึกษาโขง-สาละวิน*, 6(1), 203-222. สืบค้นจาก <https://www.tci-thaijo.org/index.php/jnuks/index>
- Siriwongworawat, S. (2003). Use of ICT in Thai libraries: An overview. *Program*, 37(1), 38-43.
- Samorna, S. (2013). Social movements against gold mining. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 88(2013), 299-305. doi:10.1016/j.sbspro.2013.08.509
- Kramanon, R., & Gray, R. (2015). Differentials in happiness among the young old, the middle old and the very old in Thailand. *Journal of Population and Social Studies [JPSS]*, 23(2), 180-192. Retrieved from <https://www.tci-thaijo.org/index.php/jpss/article/view/102342>

3.5 วิทยานิพนธ์/การค้นคว้าอิสระ และดุฎิณิพนธ์

3.5.1 ฉบับพิมพ์

ชื่อผู้เขียนวิทยานิพนธ์. (ปีพิมพ์). ชื่อวิทยานิพนธ์ (วิทยานิพนธ์/การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต หรือ วิทยานิพนธ์ปริญญาดุฎิณิบัณฑิต). ชื่อสถาบันที่จบ, เมืองของสถาบันที่จบ.

3.5.2 จากฐานข้อมูลที่สถาบันบอกรับ คลังข้อมูลสถาบัน ฐานข้อมูลพาณิชย์ และเว็บไซต์ส่วนบุคคล

ชื่อผู้เขียนวิทยานิพนธ์. (ปีพิมพ์). ชื่อวิทยานิพนธ์ (วิทยานิพนธ์/การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต หรือ วิทยานิพนธ์ปริญญาดุฎิณิบัณฑิต, ชื่อสถาบัน, เมือง, ประเทศ). สืบค้นจาก ระบุชื่อฐานข้อมูล หรือ <http://www.xxxxxxx>. (หมายเลขประจำรายการ - ถ้ามี)

ตัวอย่าง

- เข้มทอง ศิริแสงเลิศ. (2540). การวิเคราะห์ระบบประกันคุณภาพการศึกษาของโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชนกรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์ปริญญาดุฎิณิบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- กฤษดี ปิยะวัฒนชนนท์. (2546). โครงสร้างเงินทุนของธุรกิจ SMEs ในประเทศไทย (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ). สืบค้นจากฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์ไทย.
- จรัส อุ่นฐิติวัฒน์. (2548). กลวิธีการถ่ายทอดทางสังคมขององค์การที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในงานและความผูกพันในองค์การสำหรับพนักงานสถาบันการเงินพิเศษของรัฐ (วิทยานิพนธ์ปริญญาดุฎิณิบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ). สืบค้นจาก <http://library.swu.ac.th>
- Nickels, D. W. (2005). *The relationship between IT-business alignment and organizational culture: An exploratory study* (Unpublished doctoral dissertation). University of Memphis, Memphis, TN.
- Li, S. (2000). *Network traffic control and bandwidth management in Internet: A differentiated services case study* (Master's thesis). Retrieved from ProQuest Dissertation and Theses database. (AAT MQ64392)
- DiNicola, M.D. (2004). *Pathological Internet use among college students: The prevalence of Pathological Internet use and its correlates* (Doctoral dissertation). Retrieved from <http://www.ohiolink.edu/etd>

3.6 รายงาน รายงานการวิจัย

ชื่อผู้วิจัย. (ปีที่พิมพ์). ชื่อเรื่อง (รายงานการวิจัย). สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

ตัวอย่าง

ยุวลักษณ์ เวชวิทยาลัง. (2550). รายงานการวิจัยเรื่อง ความต้องการพัฒนาศักยภาพของทรัพยากรบุคคลในธุรกิจ SMEs จังหวัดสมุทรปราการ (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.

Huguet, J. W., & Chamrathirong, A. (Eds.). (2011). *Thailand migration report: Migration for development in Thailand: Overview and tools for policy makers*. Retrieved from http://publications.iom.int/bookstore/free/tmr_2011.pdf

3.7 เอกสารประกอบการนำเสนอในที่ประชุม สัมมนา รายงานการประชุม

3.7.1 บทความที่เผยแพร่ในรายงานการประชุม

ชื่อผู้เขียนบทความ. (ปี). ชื่อบทความ. ใน ชื่อบรรณานุกรม (บรรณานุกรม), ชื่อหัวข้อกลุ่มนำเสนอ (หน้าที่ปรากฏบทความ). doi หรือ ชื่อการประชุม, เมืองที่จัดการประชุม.

3.7.2 บทความออนไลน์ของบทความที่นำเสนอในที่ประชุม

ชื่อผู้เขียนบทความ. (ปี, เดือน). ชื่อบทความ. บทความนำเสนอในการประชุม..., สถานที่จัดการประชุม. บทความสืบค้นจาก <http://www.xxxxxxx>

3.7.3 บทความ/โปสเตอร์นำเสนอในงานประชุมที่ไม่มีการตีพิมพ์เผยแพร่เป็นทางการ

ชื่อผู้เขียนบทความ. (ปี, เดือน). ชื่อบทความ. บทความ หรือ โปสเตอร์นำเสนอในการประชุม..., สถานที่จัดการประชุม.

ตัวอย่าง

สุภัทตร์ ปัญญา, และสมชาย อารยพิทยา. (2560). การพัฒนาฐานข้อมูลสมุนไพรในตำรายาหมอพื้นบ้านในภาคเหนือตอนบน. ใน สำนักวิจัยและส่งเสริมวิชาการการเกษตร มหาวิทยาลัยแม่โจ้, รายงานการประชุมวิชาการ ประจำปี 2560 มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ภาคบรรยาย (น. 592-603). การประชุมวิชาการ ประจำปี 2560 มหาวิทยาลัยแม่โจ้, เชียงใหม่.

Mo, L., และจิตรลดา แสงปัญญา. (2560, พฤษภาคม). ปัญหาครอบครัวในสังคมไทย: ภาพสะท้อนจาก นวนิยายไทย ช่วง พ.ศ. 2508-2557. บทความนำเสนอ ณ โครงการประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 5: "งานวิชาการรับใช้สังคม" ในโอกาสครบรอบ 25 ปี ของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ, สมุทรปราการ. บทความสืบค้นจาก <https://hcuconf.hcu.ac.th/download/2017/hcu-conference-2017-abstract-pdf.pdf>

กุลศิริ เตียนศรี, และธัชชา พงศ์พิทักษ์ดำรง. (2557, พฤศจิกายน). *How to approach to abnormal pain in children*. บทความนำเสนอ ณ การประชุมวิชาการประจำปี 2557: สุขภาพดีสมัย อนาคตแม่และเด็กในยุค AEC, นครราชสีมา.

Katz, I., Gabayan, K., & Aghajan, H. (2007). A multi-touch surface using multiple cameras. In J. Blanc-Talon, W. Philips, D. Popescu, & P. Scheunders (Eds.), *Lecture Notes in Computer Science: Vol. 4678. Advanced Concepts for Intelligent Vision Systems* (pp. 97-108). doi: 10.1007/978-3-540-74607-2_9

Liu, S. (2005, May). *Defending against business crises with the help of intelligent agent based early warning solutions*. Paper presented at the Seventh International Conference on Enterprise Information Systems, Miami, FL. Abstract retrieved from http://www.iceis.org/iceis2005/abstracts_2005.htm

Brown, S., & Caste, V. (2004, May). *Integrated obstacle detection framework*. Paper presented at the IEEE Intelligent Vehicles Symposium, Detroit, MI.

3.8 บทความในหนังสือพิมพ์

3.8.1 ฉบับพิมพ์

ชื่อผู้เขียนบทความ. (ปี, วันที่ เดือนที่พิมพ์). ชื่อบทความ. ชื่อหนังสือพิมพ์, เลขหน้าที่ปรากฏบทความ.

3.8.2 ออนไลน์

ชื่อผู้เขียนบทความ. (ปี, วันที่ เดือนที่พิมพ์). ชื่อบทความ. ชื่อหนังสือพิมพ์. สืบค้นจาก <http://www.xxxxxxx>

3.8.1 กรณีไม่ปรากฏชื่อผู้เขียนบทความ

ชื่อบทความ. (ปี, วันที่ เดือนที่พิมพ์). ชื่อหนังสือพิมพ์, เลขหน้าที่ปรากฏบทความ.

ชื่อบทความ. (ปี, วันที่ เดือนที่พิมพ์). ชื่อหนังสือพิมพ์. สืบค้นจาก <http://www.xxxxxxx>

ตัวอย่าง

จินดารัตน์ โพธิ์นอก. (2560, 16 พฤศจิกายน). มหาวิทยาลัยนวัตกรรม. เดลินิวส์, น. 8.

ชนัดดา ชินะโยธิน. (2561, 18 ธันวาคม). คู่กับทูตโปแลนด์ ผู้ที่เคย Backpack มาเที่ยวไทย เพราะหลงใหลวิถีชีวิต-ผู้คน และการฝึกความอดทนกับสภาพจราจร. มติชนสุดสัปดาห์. สืบค้นจาก https://www.matichonweekly.com/column/article_156170

รื้อฟื้น! อดีตลักษณะชุมชน ทายาทผ้าขาวม้าไทย สร้างผลิตภัณฑ์ระดับห้าดาว!. (2561, 19 ธันวาคม). ผู้จัดการรายวัน, น. 5.

Leesa-nguansuk, S., & Sritama, S. (2018, May 25). EU data privacy laws creating local waves. *Bangkok Post*, p. B3.

Judd, J. (2018, December 17). On International Migrants Day, a sea change for Thai fishing?. *The Nation*. Retrieved from <http://www.nationmultimedia.com/detail/opinion/30360513>

Bangkok tops Agoda's 2018 list of Asian destinations. (2018, December 11). *The Nation*. Retrieved from <http://www.nationmultimedia.com/detail/thailand/30360181>

3.9 เว็บไซต์

ชื่อผู้แต่ง. (ปีพิมพ์, วันที่ เดือน). ชื่อบทความ. สืบค้นจาก <http://www.xxxxxxx>

ตัวอย่าง

เนื่อแพร เล็กเฟื่องฟู, วรประภา นาควัชร, และปภัสสร แสงสุขสันต์. (2560, 2 มิถุนายน). Big Data บอกอะไรได้บ้างเกี่ยวกับตลาดแรงงานไทย. สืบค้นจาก <https://www.pier.or.th/?abridged=big-data-บอกอะไรได้บ้างเกี่ยวกับตลาดแรงงานไทย>

Koh, D. (2018, November 4). Spreading digital health initiatives in Thailand with the Khon Kaen Health project. Retrieved from <https://www.healthcareitnews.com/news/spearheading-digital-health-initiatives-thailand-khon-kaen-smart-health-project>

สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

234 ถนนไชยงคาม ต.เมือง อ.เมือง จ.เลย 42000

Research and Development Institute, Loei Rajabhat University

234 Loei-Chiangkan Road, T.Muang A.Muang, Loei 42000

Tel. 0-4283-5223-8 ext 41141-2, 0-4280-8000 ext 51143 Fax 0-4281-1143

<https://so05.tci-thaijo.org/index.php/researchjournal-lru>,

E-mail: research_lru@hotmail.com